

Izvještaj o provedenom istraživanju

ISTRAŽIVANJE O UVJETIMA UZGOJA ŽIVOTINJA

Rujan, 2022.

S A D R Ž A J

1. SAŽETAK

2. METODOLOGIJA ISTRAŽIVANJA

3. STRUKTURA ISTRAŽIVAČKOG UZORKA

4. REZULTATI ISTRAŽIVANJA

I.
SAŽETAK

PROMOCIJA PLUS

SAŽETAK[1]

METODOLOGIJA ISTRAŽIVANJA

Tijekom kolovoza 2022. godine metodom telefonske ankete provedeno je istraživanje na slučajnom reprezentativnom uzorku 1000 punoljetnih građana Republike Hrvatske.

ISTRAŽIVAČKI CILJEVI

Istraživanjem su ispitani svjesnost o procesima proizvodnje kravljeg mlijeka, stavovi i navike vezani za korištenje biljnog mlijeka, te stavovi prema vegetarijanstvu/veganstvu:

- Utvrđivanje poznavanja procesa proizvodnje kravljeg mlijeka, uvjetima života krava na farmama, te stavova prema prezentaciji života kravi na farmama u javnosti;
- Utvrđivanje svjesnosti o zdravstvenom učinku biljnog mlijeka;
- Utvrđivanje podrške povećanju ponude biljnih mlijeka domaćih proizvođača.

PROMOCIJA PLUS

SAŽETAK[2]

Najveći broj ispitanika smatra kako je razlog za proizvodnju kravljeg mlijeka na farmama taj što „sve krave automatski počinju proizvoditi mlijeko kad postanu spolno zrele” (40%).

Najčešće mišljenje o tome što se dešava na hrvatskim farmama nakon oteljenja je kako „tele ostaje s kravom sve dok mu mlijeko više ne treba (35%).

Najveći broj ispitanika slaže se kako je dojam prikaza bezbrižnog života krava na farmama na reklamama zavaravajuć (85%).

92% ispitanika ne podržava praksu odvajanja teleta od majki isti dan kad su rođeni.

PROMOCIJA PLUS

SAŽETAK[3]

Skoro polovina ispitanika (48%) smatra kako kravlje mlijeko ne sadrži gnoj, krv i fekalije, dok 18% smatra kako sadrži.

Više od dvije trećine ispitanika (69%) slaže s tvrdnjom kako su biljna mlijeka zdrava. 70% ispitanika pruža podršku povećanju ponude biljnih mlijeka domaćih proizvođača, a ta podrška je najprimjetnija kod žena i ispitanika u dobnoj skupini 18-30.

PROMOCIJA PLUS

II.

METODOLOGIJA ISTRAŽIVANJA

PROMOCIJA PLUS

Svrha istraživanja i istraživački ciljevi

Svrha istraživanja	**Istraživanjem su ispitani svjesnost o procesima proizvodnje kravljeg mlijeka te stavovi vezani za korištenje biljnog mlijeka.**
Istraživački ciljevi	➢ **Utvrđivanje poznavanja procesa proizvodnje kravljeg mlijeka, uvjetima života krava na farmama, te stavova prema prezentaciji života kravi na farmama u javnosti;** ➢ **Utvrđivanje svjesnosti o zdravstvenom učinku biljnog mlijeka;** ➢ **Utvrđivanje podrške povećanju ponude biljnih mlijeka domaćih proizvođača.**

PROMOCIJA PLUS

Postupak prikupljanja podataka

Metoda prikupljanja podataka	**Prikupljanje podataka provedeno je metodom usmene telefonske ankete u elektronskom obliku, koristeći *CATI* tehniku anketiranja (*CATI - „Computer-assisted telephone interviewing“*), odnosno tehniku kompjuterski potpomognutog usmenog telefonskog anketiranja ispitanika od strane anketara uz pomoć računala.**
Poštivanje etičkih načela tijekom provedbe istraživanja	**Nakon uspostavljanja kontakta s potencijalnim ispitanikom te inicijalnog predstavljanja, anketari su odgovarajućim ispitanicima ukratko objasnili pozadinu, svrhu te ciljeve istraživanja. U skladu s *GDPR* uredbom („*General Data Protection Regulation*” ili Opća Uredba o zaštiti osobnih podataka) koja je stupila na snagu 25. svibnja 2018. godine, a koja generalno regulira zaštitu osobnih podataka građana Europske unije, anketari su od ispitanika (sudionika istraživanja) tražili informirani pristanak (privolu) za sudjelovanje u istraživanju.** **Sudionici istraživanja upoznati su s pravom da odbiju sudjelovanje u istraživanju i pravom po kojem u bilo kojem trenutku trajanja anketiranja bez objašnjenja imaju mogućnost prekinuti sudjelovanje u istraživanju te im je pojašnjena politika obrade i zaštite osobnih podataka.** **Sudjelovanje u istraživanju bilo je dobrovoljno, dok su istraživački rezultati anonimni i povjerljivi, odnosno prikupljeni podatci korišteni su isključivo za svrhu izrade ovoga izvještaja te nisu davani na uvid drugim pojedincima ili ustanovama. Odgovori ispitanih analizirani su skupno na razini ukupnog uzorka korištenjem anonimizirane baze podataka, pri čemu dobivene rezultate istraživanja nije moguće povezati s identitetom ispitanih.**
Prosječno trajanje ispunjavanja anketnog upitnika	**10 minuta**
Vremenski period prikupljanja podataka	**Podatci su prikupljani u razdoblju od 5. do 12. rujna 2022. godine.**

PROMOCIJA PLUS

Ciljna populacija i struktura istraživačkog uzorka

Ciljna populacija	Ciljna populacija na koju se dobiveni rezultati istraživanja poopćavaju (generaliziraju) obuhvaća punoljetne građane Republike Hrvatske, starije od 18 godina.
Okvir uzorkovanja	Za potrebu izrade okvira uzorkovanja (okvira za izbor uzorka), odnosno za potrebu selekcije relevantnih ispitanika, korištena je baza privatnih telefonskih brojeva Republike Hrvatske. Samim time, iz istraživanja su isključeni pripadnici ciljne populacije koji su u trenutku provođenja istraživanja bili institucionalno smješteni (u zatvorima, bolnicama ili u bilo kojem drogom obliku institucionalnog smještaja), stanovnici koji nemaju pristup fiksnoj/mobilnoj telefonskoj liniji te svi ostali koji zbog trećih razloga u trenutku provođenja istraživanja nisu bili u mogućnosti sudjelovati u istraživanju.
Veličina uzorka	Istraživanje je provedeno na uzorku od 1000 pripadnika ciljne populacije (punoljetnih građana Republike Hrvatske) iz 360 naselja Republike Hrvatske.
Vrsta uzorka	Istraživanje je provedeno na slučajnom stratificiranom proporcionalnom uzorku. Pri tome, uzorak je stratificiran obzirom na teritorijalnu pripadnost ispitanih (županijsku pripadnost te veličinu naselja), dok je proporcionalnost uzorka definirana proporcionalnim udjelima ispitanih u okviru realiziranog uzorka iz svakog pojedinog stratuma u odnosu na njihove populacijske parametre. Drugim riječima, udjeli ispitanika u realiziranom uzorku u svakom pojedinom stratumu, proporcionalni su njihovom njihovim udjelima u referentnoj populaciji. Naknadnim postupkom ponderiranja (utežavanja) *RIM* metodom (*Rim Iterative Method*) socio-demografska struktura realiziranog uzorka (spolna, dobna te obrazovna struktura) izjednačena je s populacijskim parametrima, čime je osigurana reprezentativnost uzorka za referentnu ciljnu populaciju u odnosu na spomenuta socio-demografska obilježja ispitanih. Prilikom utežavanja korišteni su podatci Državnog zavoda za statistiku (Popis stanovništva RH 2011., DZS). Samim time, tendencije uočene u okviru realiziranog uzorka, mogu poslužiti kao indikator populacijskih parametara.

Obrada i analiza prikupljenih podataka

Primijenjene statističke metode analize podataka

Empirijski podatci analizirani su metodama i postupcima deskriptivne te inferencijalne (induktivne) statistike.

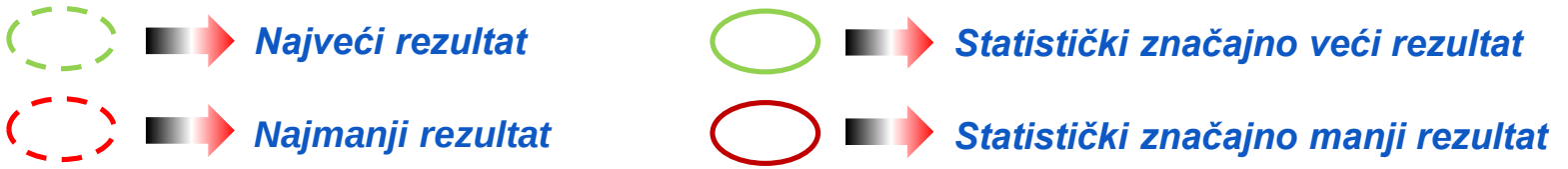
U okviru deskriptivne statistike, varijable se analiziralo univarijatnim tehnikama, koristeći primjerene deskriptivne statističke pokazatelje (postotne raspodjele odgovora) te su podatci prikazani grafičkim prikazima. Obzirom da su radi simplifikacije prikaza na grafovima prikazane zaokružene postotne vrijednosti, u određenim slučajevima suma postotka na pojedinom grafikonu može biti veća ili manja od 100%.

U okviru inferencijalne statističke analize podataka, varijable se analiziralo bivarijatnim tehnikama, pri čemu su za testiranje statističke značajnosti razlika korišteni odgovarajući neparametrijski testovi.

Prilikom testiranja statističke značajnosti razlika postotnih udjela među skupinama, korišten je z-test.

Pri tome, svi su statistički testovi provedeni uz pet postotnu razinu rizika, odnosno vjerojatnost pojavljivanja testovnog statistika manja od 0,05 smatrana je statistički značajnom.

Tumačenje predstojećih oznaka



PROMOCIJA PLUS

III.

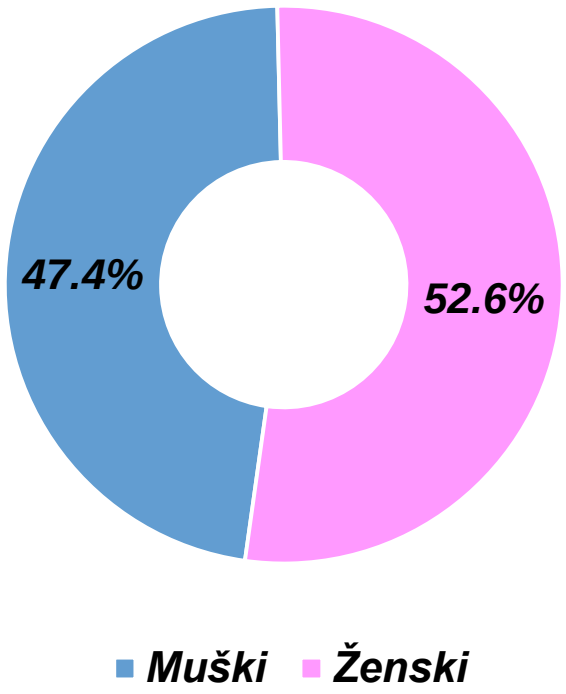
STRUKTURA ISTRAŽIVAČKOG UZORKA

PROMOCIJA PLUS

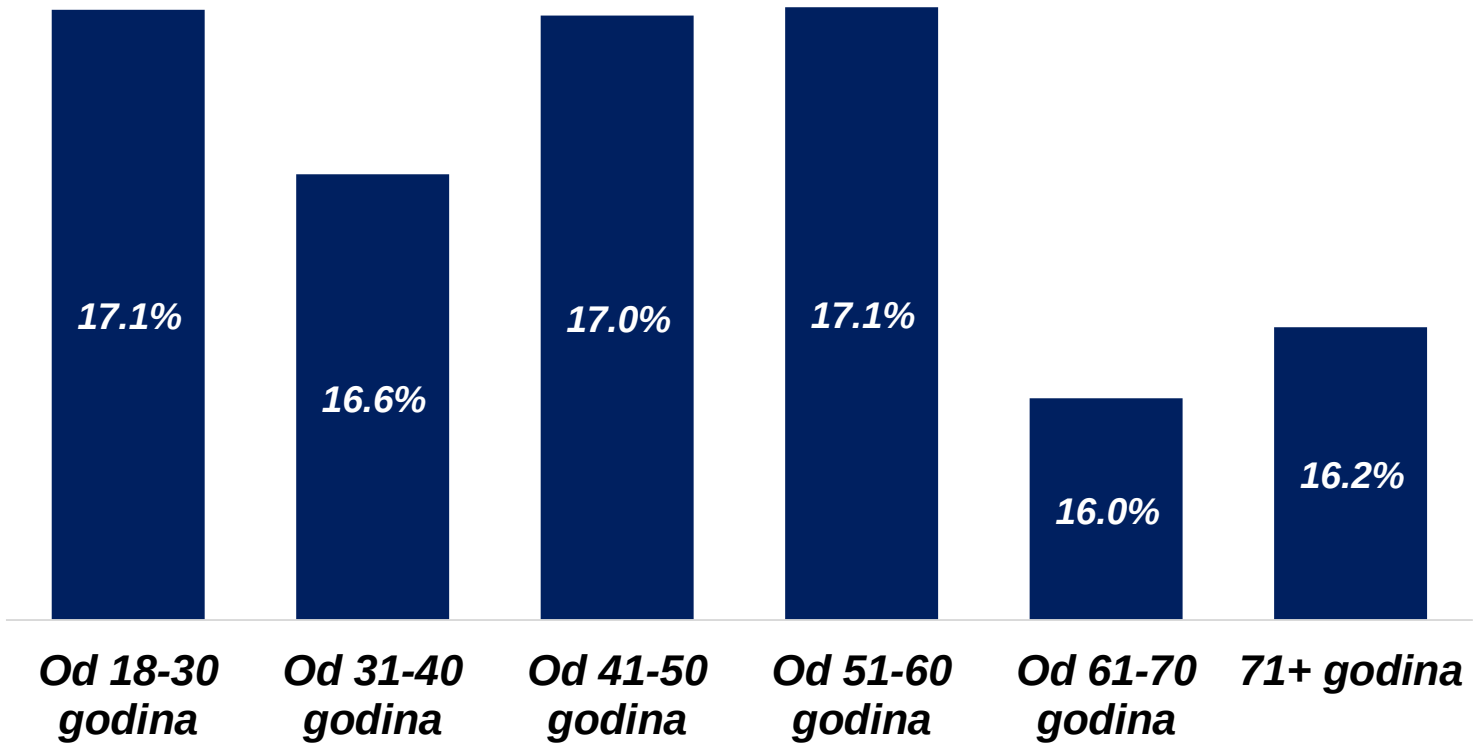
Struktura uzorka >>> Spol i dob

Uzorkom je obuhvaćeno 47% osoba muškog spola te 53% osoba ženskog spola. Ispitane su osobe starije od 18 godina starosti, pri čemu prosječna dob ispitanih iznosi 54 godine.

Spolna struktura



Dobna struktura



Struktura uzorka >>> Obrazovni status

Obzirom na najveći završeni stupanj obrazovanja, najveći broj ispitanih, više od polovice (59%) u trenutku provođenja istraživanja posjedovao je srednjoškolsku stručnu spremu.



Napomena uz grupiranje obrazovnih skupina:

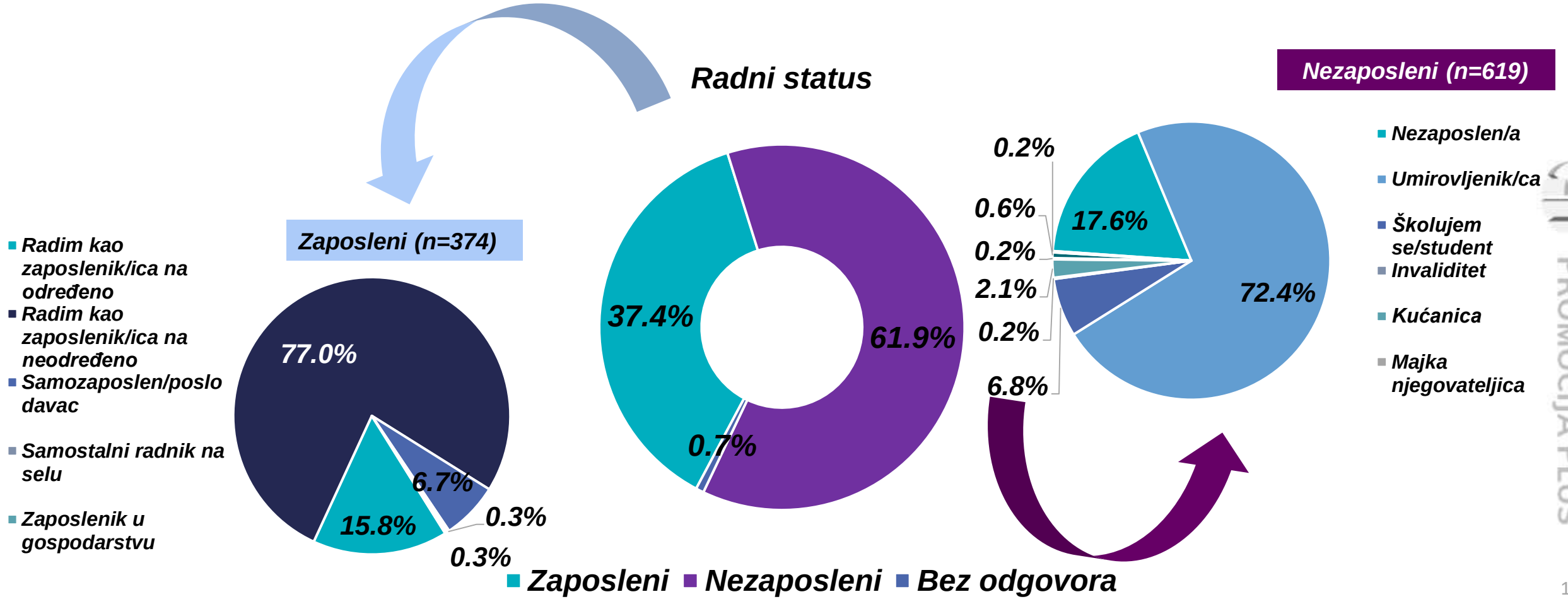
U kategoriju završene srednje škole ubrajaju se osobe sa završenom industrijskom i obrtničkom strukovnom školom, školom za zanimanje u trajanju od 1 do 3 godine, školom za KV i VKV radnike, tehničkom i srodnom strukovnom školom, školom za zanimanje u trajanju od 4 godine ili više te gimnazijom.

U kategoriju visokog obrazovanja ubrajaju se osobe sa završenom višom školom, I. (VI.) stupnjem fakulteta, kratkim stručnim studijem u trajanju kraćem od 3 godine, preddiplomskim stručnim studijem u trajanju od najmanje 3 godine, specijalističkim diplomskim stručnim studijem, preddiplomskim sveučilišnim studijem, fakultetom, umjetničkom akademijom, sveučilišnim studijem, diplomskim sveučilišnim studijem te integriranim preddiplomskim i diplomskim sveučilišnim studijem, poslijediplomskim specijalističkim studijem, magistarskim znanstvenim, stručnim i umjetničkim studijem te doktoratom.

PROMOCIJA PLUS

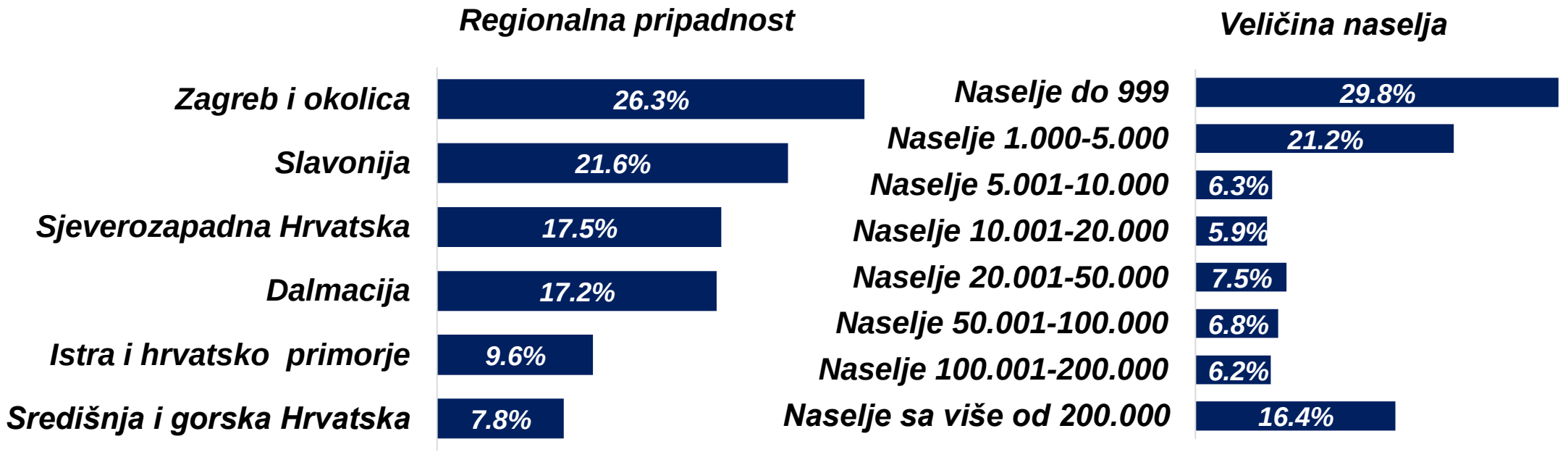
Struktura uzorka >>> Radni status

Obzirom na radni status, u trenutku provođenja istraživanja 37% ispitanih bilo je zaposleno, od čega najveći broj na neodređeno, dok je nezaposlenih bilo 62%, među kojima je najviše umirovljenika.



Struktura uzorka >>> Regionalna pripadnost i veličina naselja

Obzirom na regionalnu pripadnost, najveći broj ispitanih pripada Zagrebačkoj regiji (26%). Obzirom na veličinu naselja, najveći broj (30%) stanovnici su naselja do 999 stanovnika.



Regije, kao veći entiteti, nastale su grupiranjem pojedinih referentnih županija. Na taj je način formirano sljedećih šest regija Republike Hrvatske: Dalmacija (koja obuhvaća Dubrovačko-neretvansku, Splitsko-dalmatinsku, Šibensko-kninsku i Zadarsku županiju); Istra i Primorje (koja obuhvaća Istarsku i Primorsko-goransku županiju); Sjeverozapadna regija (koja obuhvaća Bjelovarsko-bilogorsku, Koprivničko-križevačku, Krapinsko-zagorsku, Međimursku i Varaždinsku županiju); Slavonija (koja obuhvaća Brodsko-posavsku, Osječko-baranjsku, Požeško-slavonsku, Virovitičko-podravsku i Vukovarsko-srijemsku županiju); Središnja regija (koja obuhvaća Karlovačku, Ličko-senjsku i Sisačko-moslavačku županiju) te Zagrebačka regija (koja obuhvaća Grad Zagreb i Zagrebačku županiju).

PROMOCIJA PLUS

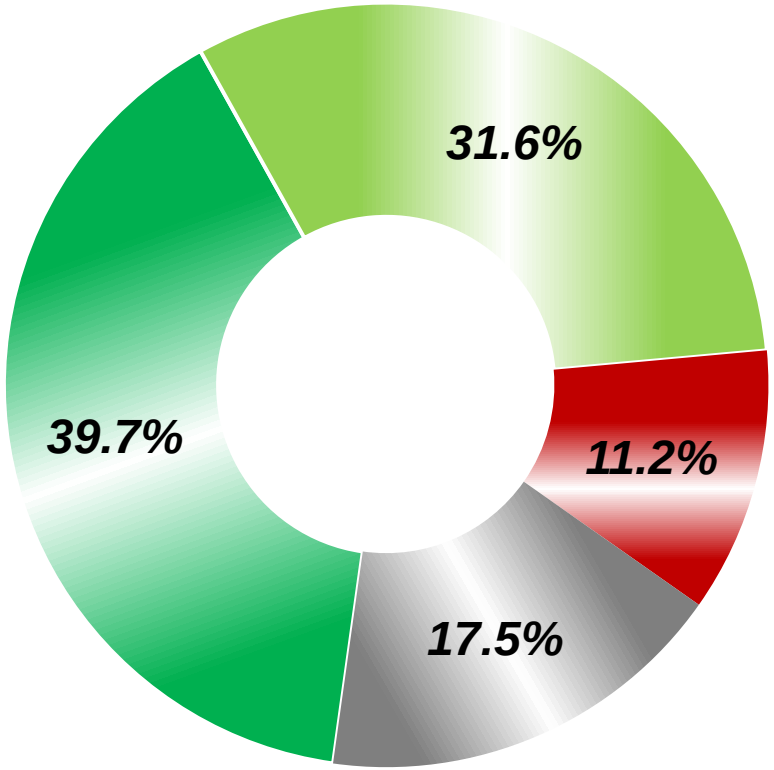
IV.

REZULTATI ISTRAŽIVANJA

PROMOCIJA PLUS

Razlog za proizvodnju kravljeg mlijeka na farmama

Najveći broj ispitanika smatra kako je razlog za proizvodnju kravljeg mlijeka na farmama taj što „sve krave automatski počinju proizvoditi mlijeko kad postanu spolno zrele” (40%), a slijedeći najistaknutiji je zato je što su „trudne i rađaju teliće” (32%). 11% ispitanika smatra da je razlog zato što se „stvaranje mlijeka u kravama potiče injekcijom hormona”.



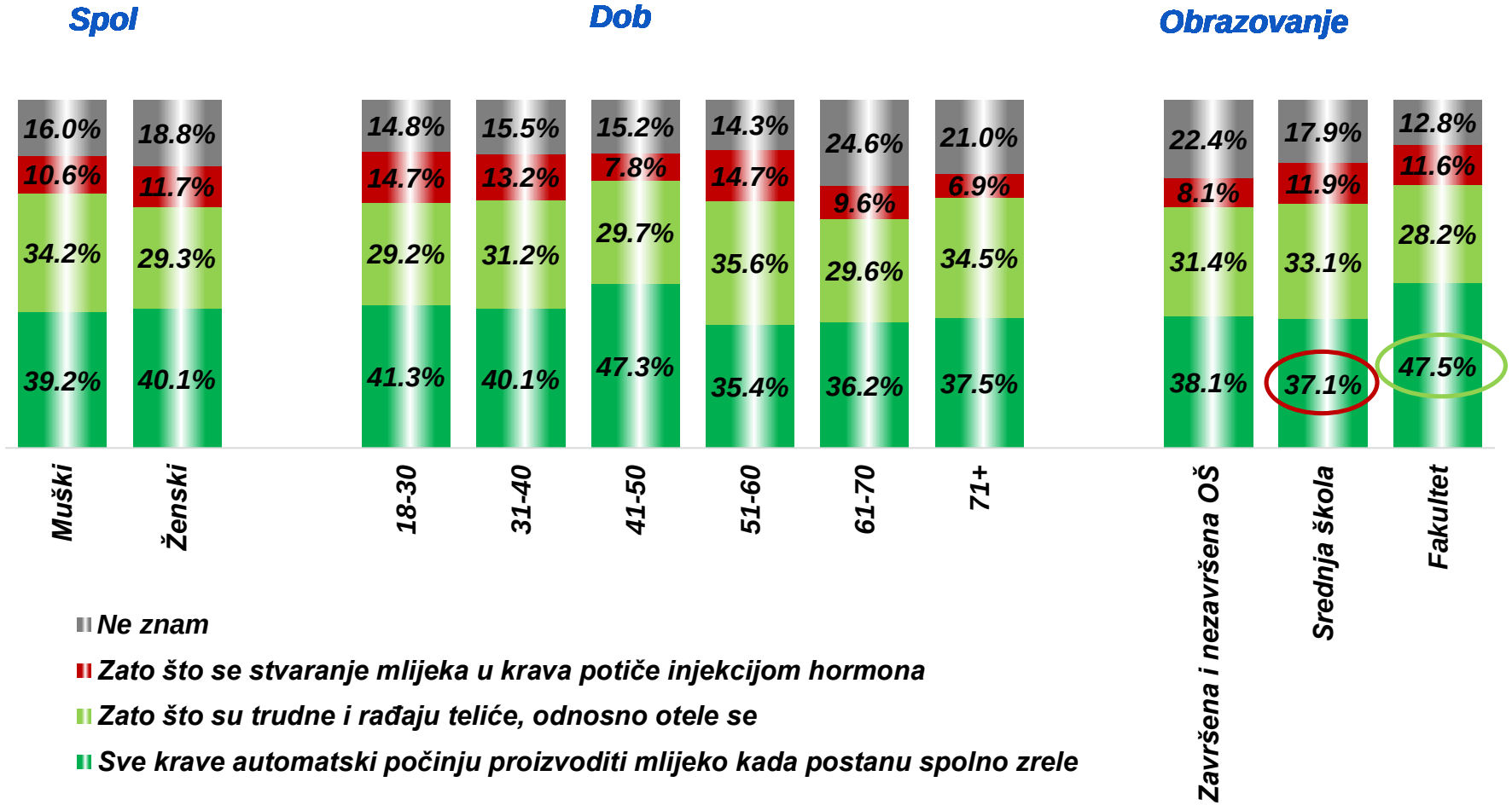
Baza: Total (n=1000)

PITANJE: Zašto krave na mliječnim farmama proizvode mlijeko?

PROMOCIJA PLUS

Razlog za proizvodnju kravljeg mlijeka na farmama - pregled prema spolu, dobi i obrazovanju

„Sve krave automatski počinju proizvoditi mlijeko kad postanu spolno zrele" kao razlog za proizvodnju kravljeg mlijeka na farmama značajno češće ističu ispitanici s fakultetskim obrazovanjem, a značajno rjeđe oni sa završenom srednjom školom.

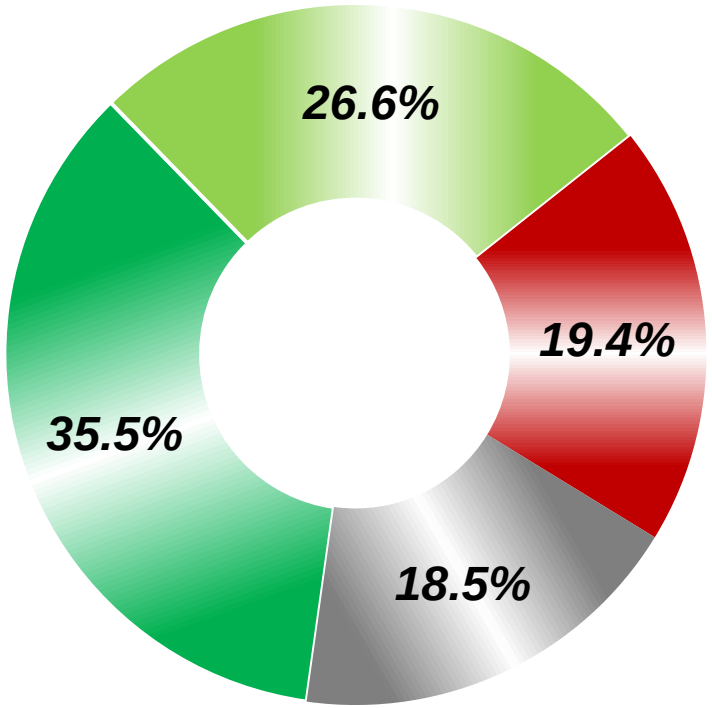


Baza: Total (n=1000)

PITANJE: Zašto krave na mliječnim farmama proizvode mlijeko?

Što se događa na hrvatskim farmama nakon oteljenja

Najčešće mišljenje o tome što se događa na hrvatskim farmama nakon oteljenja je kako „tele ostaje s kravom sve dok mu mlijeko više ne treba (35%), a jedna četvrtina (27%) ispitanika smatra kako tele odvajaju od krave nekoliko sati nakon što se rodi. Jedna petina (19%) smatra kako premještaju kravu i tele na područje s drugim kravama i teladi slijedećih 12 tjedana.



- *Tele ostaje s kravom sve dok mu mlijeko više ne treba*
- *Tele odvajaju od krave nekoliko sati nakon što se rodi*
- *Premještaju kravu i tele na područje farme gdje je i druga telad s kravama sljedećih 12 tjedana*
- *Ne znam*

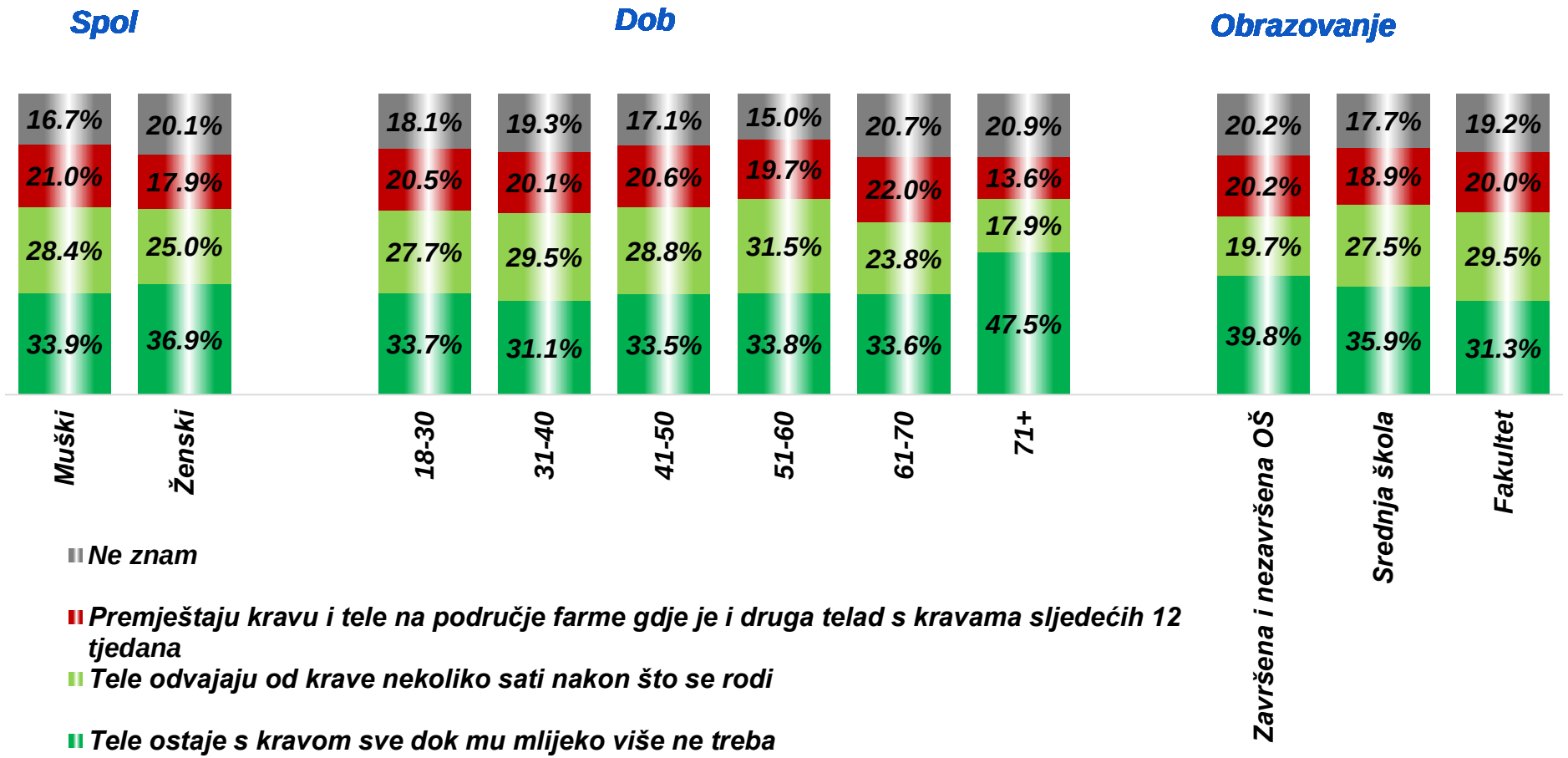
Baza: Total (n=1000)

PITANJE: Što se događa na hrvatskim mliječnim farmama kada krava rodi tele?

PROMOCIJA PLUS

Što se događa na hrvatskim farmama nakon oteljenja - pregled prema spolu, dobi i obrazovanju

Mišljenja o tome što se događa na hrvatskim mliječnim farmama kada krava rodi tele ne razlikuju se statistički značajno razlčito među promatranim socio-demografskim skupinama ispitanika.

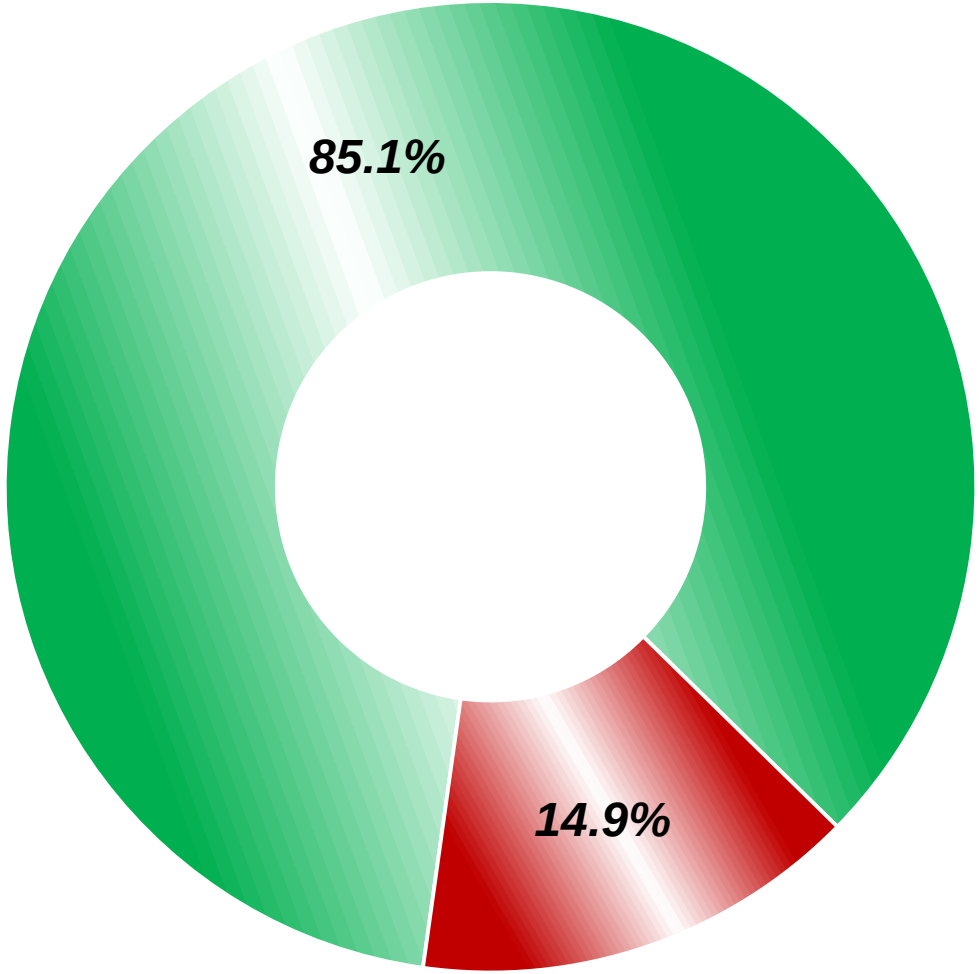


Baza: Total (n=1000)

PITANJE: Što se događa na hrvatskim mliječnim farmama kada krava rodi tele?

Dojam prikaza bezbrižnog života krava na farmama

Najveći broj ispitanika slaže se kako je dojam prikaza bezbrižnog života krava na farmama na reklamama zavaravajući (85%). 15% ispitanika ga ne smatra zavaravajućim.



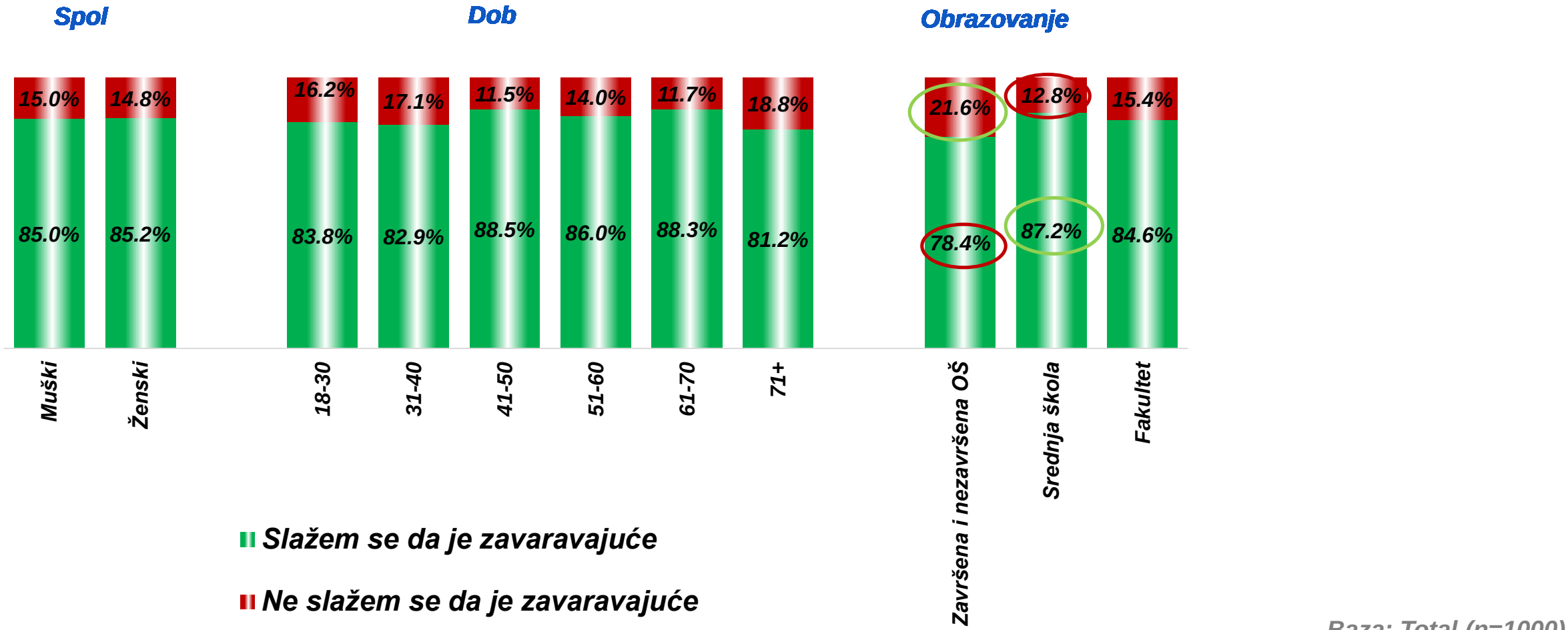
Baza: Total (n=1000)

PITANJE: Je li zavaravajuće da se mliječni proizvodi reklamiraju prikazom krava, koje su sretne ili žive kao kraljice, na pašnjacima, iako tako u stvarnosti ne žive?

PROMOCIJA PLUS

Dojam prikaza bezbrižnog života krava na farmama - pregled prema spolu, dobi i obrazovanju

Ispitanici sa završenom srednjom školom značajno češće smatraju prikaz bezbrižnog života krava na farmama zavaravajućim, a ispitanici sa završenom i nezavršenom osnovnom školom ga značajno češće ne smatraju takvim.



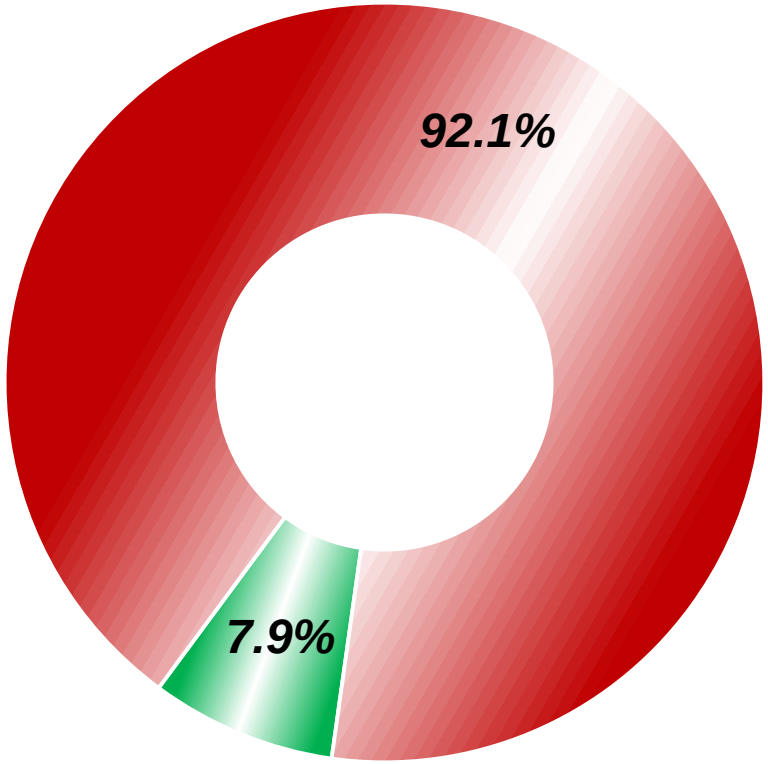
Baza: Total (n=1000)

PITANJE: Je li zavaravajuće da se mliječni proizvodi reklamiraju prikazom krava, koje su sretne ili žive kao kraljice, na pašnjacima, iako tako u stvarnosti ne žive?

PROMOCIJA PLUS

Podrška praksi odvajanja teleta od majke

92% ispitanika ne podržava praksu odvajanja teleta od majki isti dan kad su rođeni.



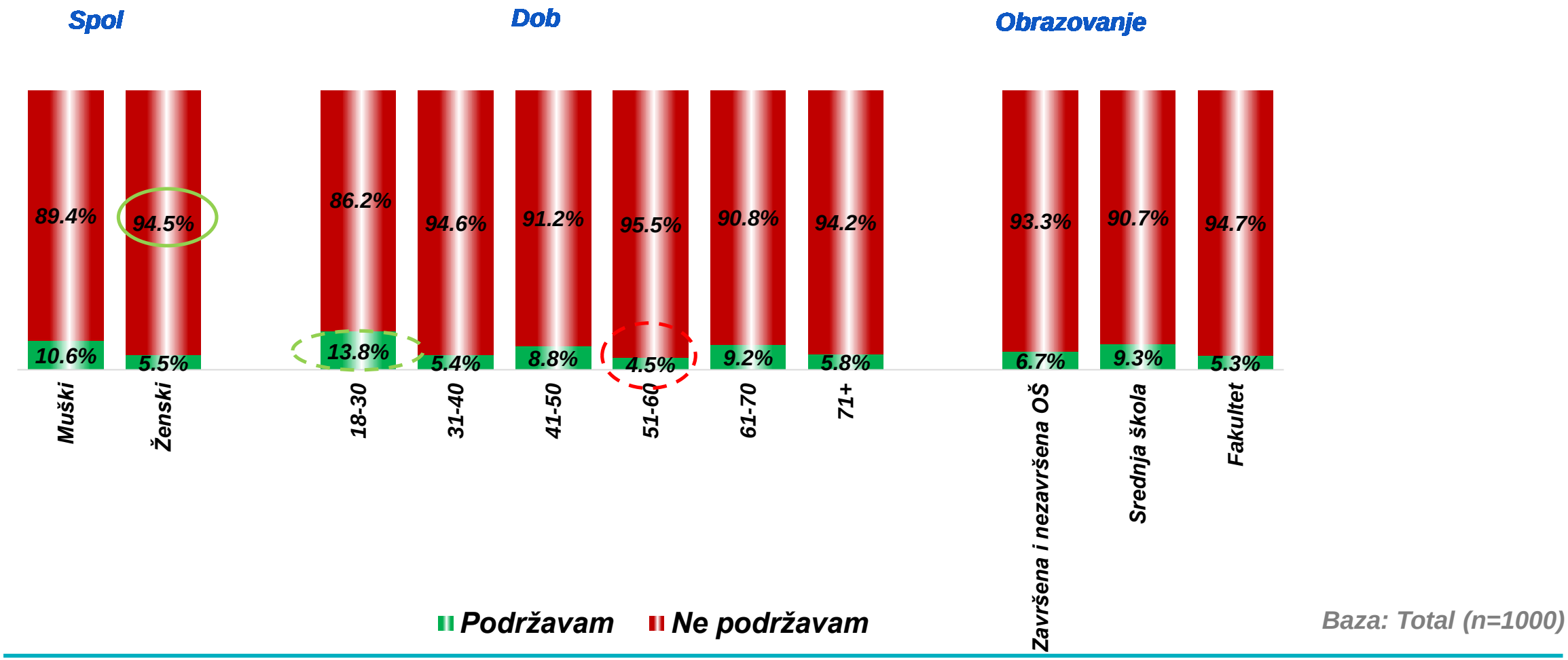
Baza: Total (n=1000)

PITANJE: Podržavate li praksu odvajanja teladi od majke isti dan kada su rođeni?

PROMOCIJA PLUS

Podrška praksi odvajanja teleta od majke - pregled prema spolu, dobi i obrazovanju

Ispitanice značajno češće ne podržavaju praksu odvajanja teleta od majki isti dan kad su rođeni od muških, a među dobnim skupinama značajno najčešće takvu praksu podržavaju ispitanici dobi 18-30 godina, a značajno najrjeđe oni od 51-60 godina.



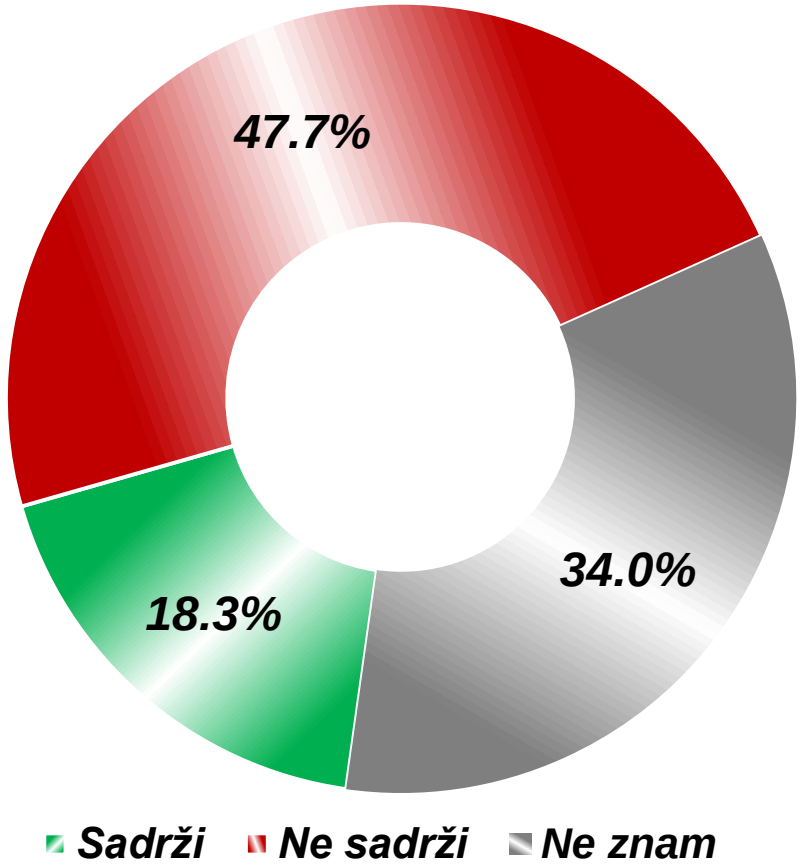
Baza: Total (n=1000)

PITANJE: Podržavate li praksu odvajanja teladi od majke isti dan kada su rođeni?

PROMOCIJA PLUS

Sadržaj kravljeg mlijeka

Skoro polovina ispitanika (48%) smatra kako kravlje mlijeko ne sadrži gnoj, krv i fekalije, dok 18% smatra kako sadrži. Jedna trećina (34%) nije znala odgovoriti.



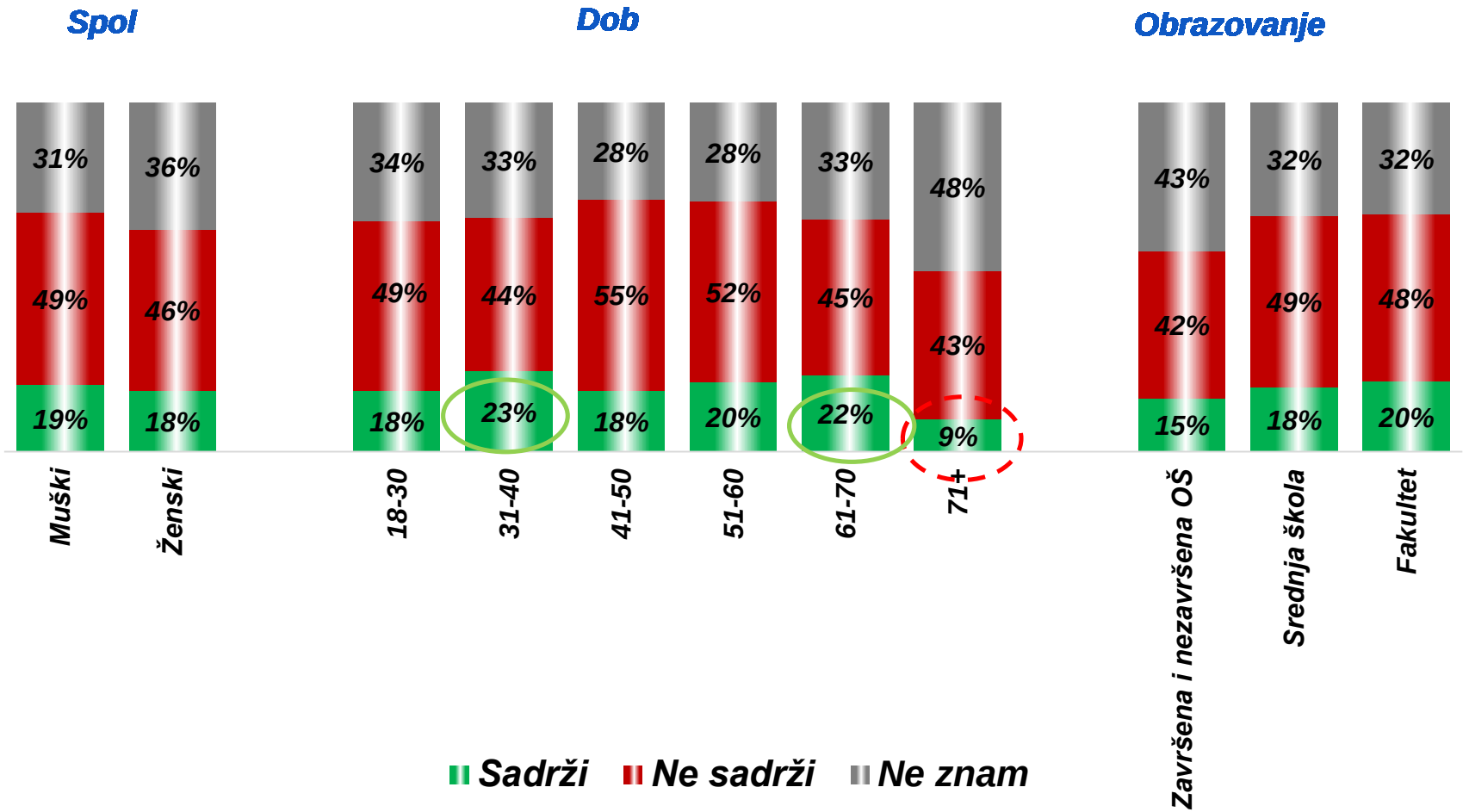
Baza: Total (n=1000)

PITANJE: Sadrži li kravlje mlijeko gnoj, krv i fekalije?

PROMOCIJA PLUS

Sadržaj kravljeg mlijeka - pregled prema spolu, dobi i obrazovanju

Mišljenje kako kravlje mlijeko sadrži gnoj, krv i fekalije najrjeđe je kod ispitanika starosti 71+ godina, dok ga značajno češće imaju ispitanici u dobnim skupinama 31-40 i 61-70 godina.



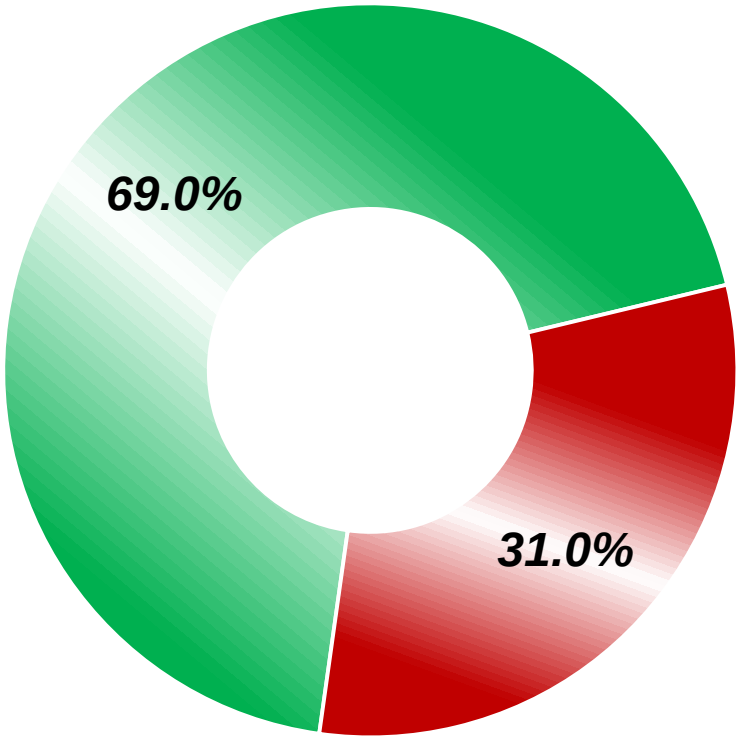
Baza: Total (n=1000)

PITANJE: Sadrži li kravlje mlijeko gnoj, krv i fekalije?

PROMOCIJA PLUS

Slaganje sa zdravim učinkom biljnog mlijeka

Više od dvije trećine ispitanika (69%) slaže s tvrdnjom kako su biljna mlijeka zdrava.



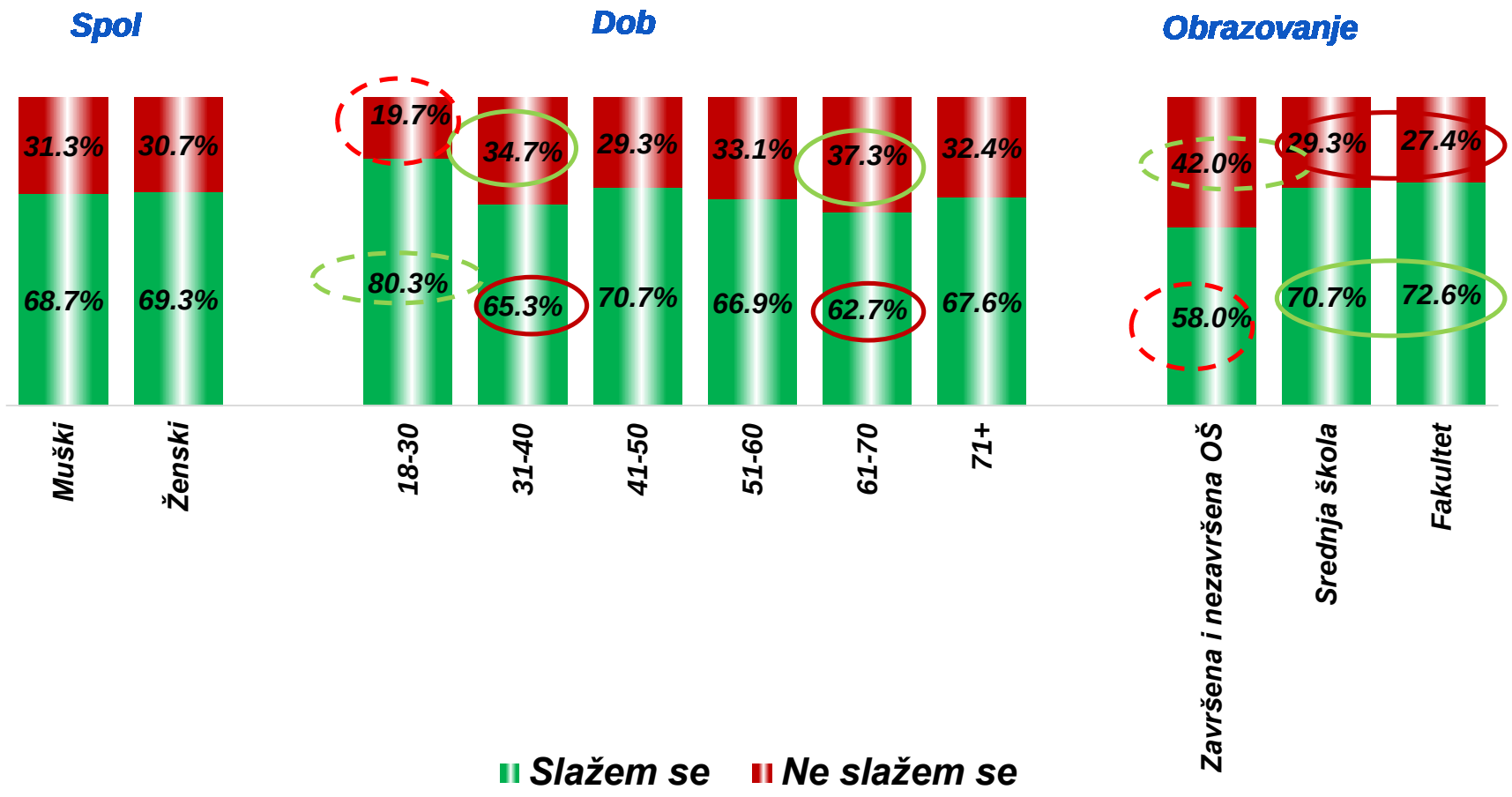
Baza: Total (n=1000)

PITANJE: Biljna mlijeka, npr. bademovo, zobeno ili lješnjakovo, su zdrava?

PROMOCIJA PLUS

Slaganje sa zdravim učinkom biljnog mlijeka - pregled prema spolu, dobi i obrazovanju

Biljna mlijeka zdravim najčešće smatraju oni ispitanici od 18-30 godina, značajno manje se s tom tvrdnjom slažu ispitanici starosti 61-70 godina. Također, ispitanici sa završenom srednjom i visokom školom značajno češće biljna miljeka smatraju zdravim.



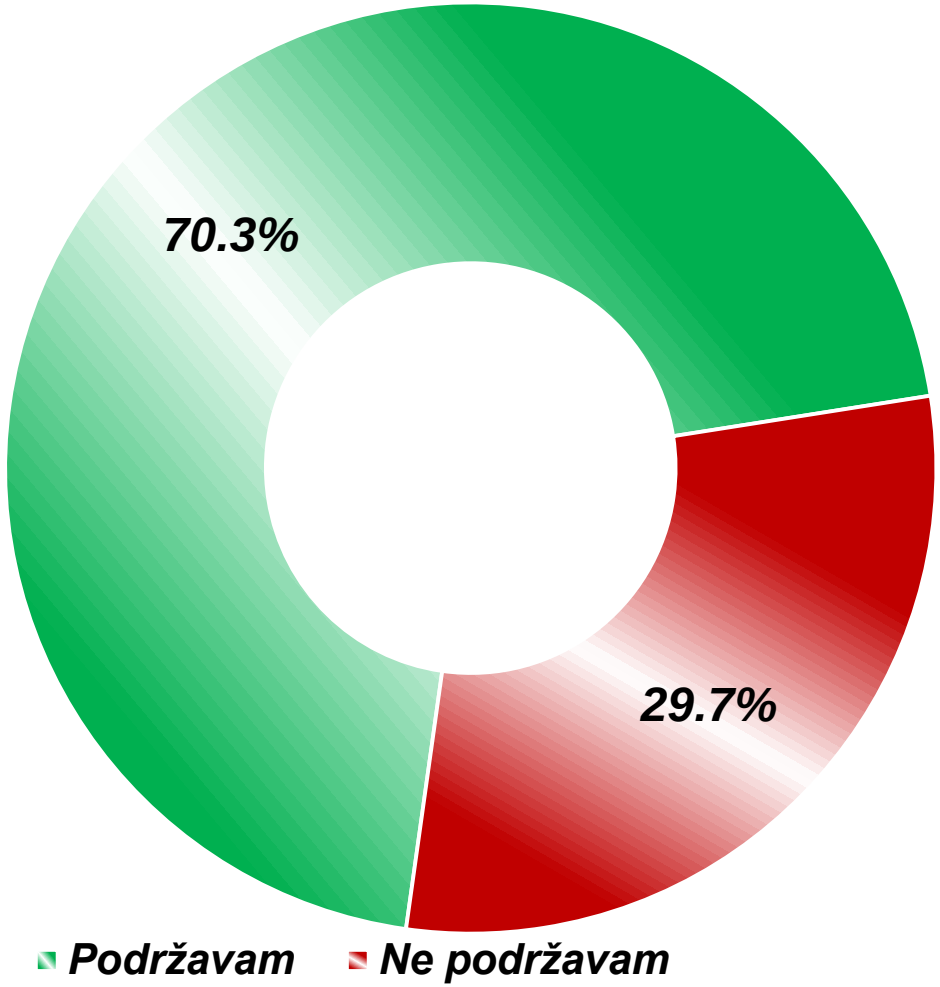
Baza: Total (n=1000)

PITANJE: Biljna mlijeka, npr. bademovo, zobeno ili lješnjakovo, su zdrava?

PROMOCIJA PLUS

Podrška povećanju ponude biljnih mlijeka domaćih proizvođača

70% ispitanika pruža podršku povećanju ponude biljnih mlijeka domaćih proizvođača.



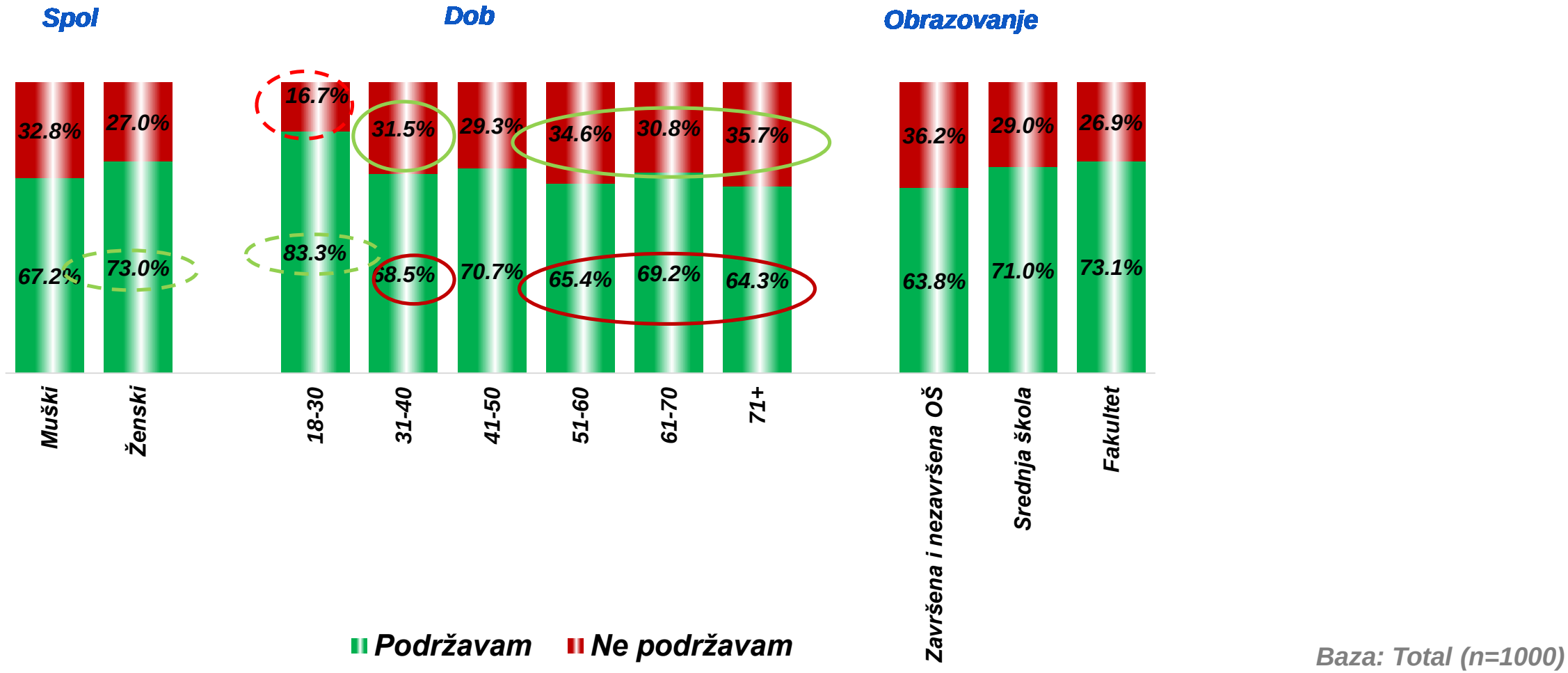
Baza: Total (n=1000)

PITANJE: Podržavam povećanje ponude biljnih mlijeka domaćih proizvođača?

PROMOCIJA PLUS

Podrška povećanju ponude biljnih mlijeka domaćih proizvođača - pregled prema spolu, dobi i obrazovanju

Podršku povećanju ponude biljnih mlijeka domaćih proizvođača značajno najčešće pružaju žene i ispitanici starosti 18-30 godina, tj. mlađi.



Baza: Total (n=1000)

PITANJE: Podržavam povećanje ponude biljnih mlijeka domaćih proizvođača?

PROMOCIJA PLUS



PROMOCIJA PLUS d.o.o.

Kruge 48, 10000 Zagreb

tel: +385 1 63 10 403

fex: +385 1 63 10 414

e-mail: info@promocija-plus.com

web: www.promocija-plus.com