

BUČIJADA U IVANIĆ-GRADU KAO PROMOTOR LOKALNIH POLJOPRIVREDNIH PROIZVOĐAČA

Rašić, Marija

Undergraduate thesis / Završni rad

2019

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **Križevci college of agriculture / Visoko gospodarsko učilište u Križevcima**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:185:075392>

Rights / Prava: [In copyright](#) / [Zaštićeno autorskim pravom.](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2025-02-20**



Repository / Repozitorij:

[Repository of the Križevci University of Applied Sciences](#)



zir.nsk.hr



DIGITALNI AKADEMSKI ARHIVI I REPOZITORIJI

REPUBLIKA HRVATSKA
VISOKO GOSPODARSKO UČILIŠTE U KRIŽEVCIMA

Marija Rašić, studentica

BUČIJADA U IVANIĆ-GRADU KAO PROMOTOR
POLJOPRIVREDNIH PROIZVOĐAČA

Završni rad

Križevci, 2019.

REPUBLIKA HRVATSKA
VISOKO GOSPODARSKO UČILIŠTE U KRIŽEVCIMA

Marija Rašić, studentica

BUČIJADA U IVANIĆ-GRADU KAO PROMOTOR
POLJOPRIVREDNIH PROIZVOĐAČA

Završni rad

Povjerenstvo za obranu i ocjenu završnog rada:

1. dr. sc. Zvezdana Augustinović, predsjednica povjerenstva
2. dr. sc. Silvije Jerčinović, mentor i član povjerenstva
3. dr. sc. Kristina Svržnjak, članica povjerenstva

Križevci, 2019.

SADRŽAJ

1. UVOD	1
2. PREGLED LITERATURE	2
2.1. Manifestacije	2
2.2. Ponuda i potražnja	2
2.3. Promocija	3
2.4. Proizvod	3
2.5. Uljna buča	4
2.7. Tržišne cijene	5
2.8. Potrošač	5
3. MATERIJALI I METODE	6
4. REZULTATI I RASPRAVA	8
4.1. Turistički aspekt Bučijade	8
4.1.1. Općenito o „Bučijadi“	8
4.1.2. Prva „Bučijada“	9
4.1.3. „Buča kao inspiracija“	12
4.2. Proizvodni aspekt „Bučijade“	14
4.2.1. Gastro – ponuda „Bučijade“	14
4.2.2. Proizvođači i njihov asortiman.....	15
4.2.3. Vrste izlagača na „Bučijadi“	17
4.3. Plan prihoda i rashoda financijskih sredstava za 15. „Bučijadu“ (2019. godina)	18
4.4. Promocija poljoprivrednih proizvođača	19
4.4.1. Obiteljsko poljoprivredno gospodarstvo Hukavec	20
4.4.2. Obiteljsko poljoprivredno gospodarstvo Andrić	21
4.4.3. Pivovara Crafter s.....	24
4.4.4. Obiteljsko poljoprivredno gospodarstvo Ljiljana Dikić.....	26
4.4.5. Obiteljsko poljoprivredno gospodarstvo Eko Janko	28
4.4.6. Obiteljsko poljoprivredno gospodarstvo Šimunović	30
5. ZAKLJUČAK	32
LITERATURA	33
ILUSTRACIJE	34
PRILOZI	35
SAŽETAK	43

1.UVOD

Ivanić-Grad je mali gradić koji je smješten u brežuljkastom kraju na nadmorskoj visini od 103 m. Grad leži na obali rijeke Lonje. Ivanić-Grad se sastoji od 22 naselja, površina grada je 173,57 km². Prema popisu stanovništva iz 2011. godine grad ima 14.548 stanovnika. Gospodarsku osnovu čine proizvodnja plina i nafte, poljodjelstvo i stočarstvo, kemijska industrija i obrada metala.

Ivanić-Grad kroz godinu obilježava nekoliko manifestacija kako bi unaprijedili turizam, gospodarstvo i poljoprivredu grada. Jedan od najvažnijih događaja je „Bučijada“. „Bučijada“ je jedna od najpopularnijih manifestacija u Ivanić-Gradu koja se održava posljednjih 15 godina. Prodajni sajam buča, proizvoda od buča i ostalih eko-etno proizvoda organiziran je u centru grada na gradskoj tržnici Maznica, Trgu Vladimira Nazora, Moslavačkoj ulici i Ulici Kralja Tomislava. Na Bučijadi je 2018.-te godine sudjelovalo preko 200 izlagača iz Hrvatske. Na prošlogodišnjoj „Bučijadi“ kroz grad prošlo je nešto više od 20.000 posjetitelja.

Predmet ovog završnog rada je prikaz manifestacije „Bučijada“ i prikaz proizvođača koji učestvuju na manifestaciji te njezin utjecaj na promociju lokalnog poljoprivrednog poduzetništva.

Cilj ovog završnog rada je istražiti koji proizvođači sudjeluju na manifestaciji, s kojima proizvodima se predstavljaju i koji je njihov razlog sudjelovanja. U ovom završnom radu biti će učinjen i kratki osvrt na turistički aspekt manifestacije.

Svrha ovog završnog rada je predstaviti „Bučijadu“ kao instrument promocije poljoprivrednih proizvođača.

2. PREGLED LITERATURE

U ovom poglavlju definirati će se pojmovi koji su korišteni u izradi završnog rada.

2.1. Manifestacije

Manifestacije podrazumijevaju posebne rituale, prezentacije, predstave ili proslave koje se pomno, unaprijed planiraju i stvaraju da bi se njima obilježili posebni događaji ili postigli društveni, kulturni ili korporativni ciljevi (Pivčević, 2016.).

Manifestacije prema vrsti mogu se podijeliti na: kulturne, sportske, zabavne, vjerske, znanstvene i gospodarske. Njihov stupanj privlačnosti određen je vrstom i značenjem priredbe, mjestom i vremenom održavanja manifestacije, a praksa je pokazala da su u turizmu najposjećenije manifestacije zabavnog i sportskog karaktera. Kulturne manifestacije su, ipak, bitan motiv za putovanje i često se njime koristi u promociji i kreiranju prestiža destinacije na tržištu. Težnja za otkrivanjem autentičnog nasljeđa gotovo je uvijek na popisu motiva za putovanje. Područja interesa prilično su različita i uključuju: kulturno-povijesne spomenike, umjetnost, zabavu, sport, kulturne događaje i sl. Samo posjetom turističke destinacije u njezinu prirodnom okruženju mogu se vidjeti, osjetiti i u potpunosti spoznati regionalna i nacionalna, prošla i sadašnja kulturna kreativnost, raskoš folklor, izobilje kulturnog i umjetničkog bogatstva u muzejima, povijesnim gradovima i građevinama koje odišu spomeničkim i mitskim duhom (Čavlek, 2011.).

Bučijada je tradicionalna, turističko-poljoprivredna i gastronomska manifestacija. Okosnica manifestacije je prodajni sajam buča, bučinog ulja, proizvoda od buča i ostalih eko-etno proizvoda (Turistička zajednica Ivanić-Grad, www.tzig.hr/).

2.2. Ponuda i potražnja

Ponuda je veza između proizvodnje i potrošnje, odnosno količina proizvodnje ponuđena za prodaju uz određene cijene. Proizvođači nastoje ponuditi veću količinu svojih proizvoda kad im je cijena veća (Kolega i Božić, 2001.).

Kad raste potražnja, raste i cijena; kad pada potražnja pada i cijena. Što cijena proizvoda više raste kupci su ga manje spremni kupiti. Što je cijena niža ponuditelji – proizvođači su manje spremni proizvoditi po tim nižim cijenama (Sajter, 2018.).

Potražnja je količina dobara i usluga koju su kupci spremni platiti po određenoj cijeni. Između te količine i tržišne cijene postoji veza koja se naziva funkcija potražnje. Funkcija potražnje pokazuje odnos između tražene količine i tržišne cijene.

2.3. Promocija

Promocija je sustav različitih oblika komuniciranja između proizvođača i potrošača, odnosno ukupne javnosti. Temeljna svrha promocije je da informira kupce, da ih usmjeri, odnosno da utječe na kupovne odluke kupaca (Tolušić, 2012.).

Promocija je jedan od osnovnih elemenata marketing mixa. Promotivni marketing je upotreba bilo koje posebne ponude koja ima za cilj povećanje zainteresiranosti potrošača za proizvod ili uslugu i utjecaj na kupovne odluke potrošača, kao i na to da se određeni proizvod ili organizacija izdvoji među konkurentima. Postoji 5 kategorija promocije:

- osobna prodaja –je promotivna aktivnost u kojoj se pojedinac uključuje u interakciju sa kupcima kako bi se ostvarila prodaja.
- oglašavanje - komunikacija putem radio oglasa, TV oglasa, Google oglasa, oglasa u štampanim medijima itd.,
- prodajna promocija - promotivna strategija koja putem posebnih ponuda, kao što su sniženje cijene, podjela kupona ili vaučera, besplatnih uzoraka, raznih programa lojalnosti, imaju cilj da privuku kupce,
- direktni marketing - prodaja putem direktnog poziva na akciju.
- odnosi s javnošću - pomaže prihvaćanju, razumijevanju i pozicioniranju organizacije u javnosti.

Promotivne strategije se mogu odnositi na privlačenje novih kupaca, dok se neke odnose na stvaranje lojalnosti i produblјivanje odnosa sa postojećim potrošačima. Postoje različite metode koje se mogu koristiti za oglašavanje i prodaju proizvoda , a neke od njih su: web stranice, društveni mediji, besplatni uzorci i sniženje proizvoda (Marketing Fancier Blog, <https://marketingfancier.com/promocija-u-marketingu-vrste-strategija/>).

2.4. Proizvod

Proizvod je sve ono što se može ponuditi tržištu da bi izazvalo pažnju, nabavu, upotrebu ili potrošnju, a što bi moglo zadovolјiti neke želje ili potrebe. Proizvod je rezultat opredmećenog ljudskog rada sa svrhom podmirenja određene potrebe.(Tolušić Z., 2011/2012)

Bez dobrog proizvoda, nema ni uspješnog poduzeća, možemo za proizvod reći da je on ključni element dobrog poslovanja gospodarskog subjekta. Nekvalitetnom i lošem proizvodu teško će pomoći dobra prodaja, promocija ili niske cijene, dok dobrom i kvalitetnom proizvodu ne treba puno ulaganja u promociju i prodaju, a ako je proizvod kvalitetan potrošači su uglavnom spremni i izdvojiti veću cijenu ukoliko se proizvod dobro pokaže na tržištu.

U teoriji i praksi marketinga koriste se dva kriterija za klasifikaciju proizvoda a to su:

- a) Trajnost i opipljivost proizvoda
- b) Vrsta potrošača koji koriste proizvod.

Prema kriteriju trajnosti i opipljivosti, proizvodi se dijele na potrošna i trajna dobra. U potrošna dobra ubrajaju se proizvodi koji se troše jednokratno ili tijekom nekoliko uporaba, to su npr. hrana, pića, različita sredstva za kućanstvo itd., dok se trajna dobra koriste tijekom dužeg vremenskog razdoblja, ako se koriste u skladu sa uputama njihove upotrebe trebali bi trajati godinama, a to su npr. automobili, namještaj, bijela tehnika itd. Prema kriteriju vrsta potrošača koji koriste proizvod, razlikuju se proizvodi krajnje i proizvodi poslovne (industrijske) potrošnje. Proizvodi krajnje potrošnje kupuju se za osobnu potrošnju (pojedinca, više ili svih članova kućanstva), a ovisno o kupovnim navikama potrošača dijele se u četiri kategorije: obični proizvodi, posebni proizvodi, specijalni proizvodi i ne traženi proizvodi. Kada se proizvod krajnje potrošnje kupuje radi daljnje obrade ili da bi služio kao kapitalno dobro za proizvodnju nekog drugog proizvoda, on postaje proizvodom poslovne (industrijske) potrošnje (Armstrong i Kotler, 2007.).

2.5. Uljna buča

Uljna buča (*Cucurbita pepo var. Olfifera L.*) je plemenita varijanta stočne tikve. Na osnovu izgleda sjemena razlikuju se tikva uljanica – golica koja je bez ljuske i uljana tikva sa ljuskom čije su sjemenke pokrivenne čvrstom, bijelom ljuskom je plemenita varijanta stočne tikve. Na osnovu izgleda sjemena razlikuju se tikva uljanica – golica koja je bez ljuske i uljana tikva sa ljuskom čije su sjemenke pokrivenne čvrstom, bijelom ljuskom. Najvažniji sastojci tikve uljanice su ulje, bjelančevine i vitamini. Od uljane buče može se dobiti različiti proizvodi kao što su bučino ulje, bučino brašno, bučine sjemenke. Tikva uljanica treba za svoj razvitak od 80 do 130 dana u toplim, osunčanim područjima (ukupna suma temperatura za period od klijanja do sazrijevanja je 2.500°C. Najbolje uspijeva na dubokim, humusnim, bazično do umjereno kiselim tlima koja nisu u područjima kasnog proljetnog mraza. Kao termofilna biljka ne podnosi temperature ispod -1°C , kao ni područja s depresijama i poplavna područja. Ima veću tolerantnost prema suši od mnogih biljaka. Najveće zahtjeve prema vodi ima u periodu nakon cvatnje-oplodnje. Na sušu reagira odbacivanjem tek oplodjenih cvjetova. Tikva uljanica je stranooplodna biljka, tj. ima razdvojene muške i ženske cvjetove gdje je ukupan broj muških cvjetova po jednoj biljci 4 i više puta veći od broja ženskih cvjetova. U hladnim razdobljima tijekom cvatnje formiraju se većinom muški cvjetovi koji nakon 4 do 5 dana otvorenosti otpadaju. Cvjetanje je sukcesivno i teče od početka srpnja do kraja kasne jeseni. Oprašivanje je entomofilno, vrše ga uglavnom pčele ali i drugi kukci. Dugi kišni period u vrijeme cvatnje

negativno utječe na oprašivanje zbog nemogućnosti leta pčela, no tu korištenje bumbara daje bolje rezultate jer su manje osjetljivi na vremenske uvjete. Razmještanjem nekoliko košnica na parceli u značajnoj mjeri poboljšava oplodnju, a time i prinos sjemena (Udruga proizvođača bučinog ulja Hrvatske, <http://www.udruga-bucinoulje.hr/uzgoj-uljne-tikve>).

2.7. Tržišne cijene

Tržišne cijene su cijene po kojima se neka roba prodaje na tržištu. Rezultat je konkretnih odnosa ponude i potražnje, a kada se ponuda i potražnja nalaze u ravnoteži, tržišna cijena izražava prosječnu količinu rada za proizvodnju određene vrste robe (Tolušić, 2012.).

2.8. Potrošač

Potrošač bez obzira radi li se o pojedincu, grupi ili nekoj organizaciji, pribavlja proizvode/usluge da bi zadovoljio svoje potrebe i želje. Međusobno se razlikuju po načinu izbora, kupnje, korištenju i raspolaganju proizvodom/uslugom koja se nudi na tržištu (Tolušić, 2012.).

Ponašanje potrošača se razlikuje po demografskim čimbenicima kao što su : spol, godine i obrazovanje. Po karakteristikama proizvoda kao što su: cijena, sigurnost i kvaliteta proizvoda. Po ponašanju potrošača kao što su : navike i uzroci potrošača.

3. MATERIJALI I METODE

U ovom poglavlju završnog rada biti će opisani materijali i metode korišteni za dobivanje podataka za potrebe pisanja završnog rada sukladno definiranoj svrsi, predmetu i ciljevima istraživanja.

Sekundarni podatci-gotovo sva tržišna istraživanja počinju prikupljanjem i istraživanjem sekundarnih podataka. Na temelju sekundarnih podataka možemo zaključiti što se dogodilo u prošlosti (Kolega, 1994.).

Primarni podatci – kada sekundarni podatci ne postoje ili nisu dostatni da bi se odgovorilo na postavljene zadatke istraživanja, pristupa se prikupljanjem primarnih podataka. Za njihovo prikupljanje treba više vremena, više sredstava, ali bolje odgovaraju svrsi istraživanja. Dvije temeljne metode prikupljanja primarnih podataka jesu metoda opažanja i metoda ispitivanja (Kolega, 1994.).

Materijali korišteni za pisanje teorijskog dijela rada dobiveni su sekundarnim istraživanjem i slijedećim izvorima podataka: knjige, znanstveni i stručni članci, stručna literatura, internetski izvori te arhiva Turističke zajednice Ivanić-Grad.

Istraživački dio rada temelji se na podacima dobivenim primarnim istraživanjem, u čiju je svrhu provedeno nekoliko intervjua s poljoprivrednim proizvođačima koji su sudjelovali na manifestaciji „Bučijada“. Podatci o sudionicima su dobiveni iz Turističke zajednice Ivanić-Grad od gospođe Bešter. Intervjui su provedeni osobnim putem na gospodarstvima. Transkripti intervjua nalaze se u poglavlju Prilozi, a rezultati intervjua, odnosno odgovori, nalaze se u slijedećim poglavljima. Također dio podataka je prikupljen razgovorom s direktoricom Turističke zajednice Ivanić-Grad Ankicom Bešter.

Intervju je je poseban način komunikacije između dviju osobe koji ima za svrhu prikupljanje informacija. Sastoji se od niza pitanja koja istraživač postavlja intervjuiranome ili ispitaniku. Postoji slobodni i standardizirani intervju. Slobodni intervju je sličan običnom razgovoru, a upotrebljava se kada se želi dublje ući u problematiku koja se istražuje, pa se ispitanika pusti da slobodno govori kako bi se oslobodio formalnih, sadržajnih i psiholoških ograničenja. Standardizirani intervju je formalno i sadržajno razrađen, tako da je govor ispitanika vođen unaprijed pripremljenim pitanjima (Kantar, 2016.).

Dobiveni podaci biti će obrađeni koristeći se slijedećim općim znanstvenim metodama:

- Metoda deskripcije –postupak jednostavnog opisivanja ili očitavanja činjenica, procesa i predmeta u prirodi i društvu te njihovih empirijskih potvrđivanja odnosa i veza, ali bez znanstvenog tumačenja i objašnjavanja.

- Metoda sinteze – postupak znanstvenog istraživanja i objašnjavanja stvarnosti putem sinteze jednostavnih sudova u složenije.
- Metoda analize – postupak znanstvenog istraživanja raščlanjivanjem složenih pojmova, sudova i zaključaka na njihove jednostavnije sastavne dijelove i elemente.
- Metoda opažanja - svaki podatak koji možemo dobiti izravno s pomoću osjetila ili neizravno zaključivanjem.

4. REZULTATI I RASPRAVA

4.1. Turistički aspekt Bučijade

U ovom poglavlju završnog rada nakratko će se osvrnuti na turističke aspekte manifestacije „Bučijada“ u Ivanić-Gradu. Opisati će se aktivnosti koje grad nudi građanima i turistima za vrijeme trajanja „Bučijade“.

4.1.1. Općenito o „Bučijadi“

Bučijada u Ivanić Gradu održava se od 2004. godine u kontinuitetu sa stalom tendencijom širenja i upotpunjava novim sadržajima i uključenosti što više subjekata u organizaciju manifestacije i sve većim brojem posjetitelja iz cijele Hrvatske. Bučijada je podijeljena u dva dijela, kao tradicionalna turistička manifestacija i kao poticaj za pokretanje uzgoja buče i njihove prerade. Osnovna svrha projekta Bučijade je uvođenje buče na oranične površine, proizvodnja i prodaja proizvoda od buča (ulje, likeri, marmelade, sokovi, kompoti, sapuni, suveniri). Na slici 1 može se vidjeti letak 15-te „Bučijade“. Pokretanje i razvoj uzgoja buče i njihove prerade potpora je turističkoj ponudi. Kao rezultati projekta očekuje se pozitivan ekonomski efekt od prodaje proizvoda od buča, povećanje životnog standarda u poljoprivrednim područjima. Turistička zajednica Ivanić-Grada je pokrenula ovu manifestaciju kako bi educirala, kako domaće stanovništvo, tako i posjetitelje o vrstama, prehrambenim vrijednostima buče i njenoj korisnosti.



Slika 1. Letak 15-te „Bučijade“ u Ivanić-Gradu
Izvor : Turistička zajednica Ivanić-Grad

U gotovo 15 godina, „Bučijada“ se profilirala kao prepoznata manifestacija koja svojim raznolikim sadržajem nudi dobre proizvode, gastronomske užitke, raznoliku zabavu i kulturni doživljaj za sve generacije, čime privlači sve veći broj izlagača i posjetitelja.

Bučijada u Ivanić-Gradu“ postaje prepoznatljiva tradicionalna turistička manifestacija u kontinentalnom dijelu Hrvatske. Promidžba Grada Ivanić-Grada sa svim turističkim sadržajima na području, uključenost svih privrednih, kulturnih, turističkih i ostalih subjekata u organizaciju manifestacije, stvaranje zajedničkog turističkog događaja koji je povod velikom broju posjetitelja kako turističkim vlakom Bučko Express tako i organiziranim autobusima. Bučko Express je turističko-izletnički vlak koji vozi iz Zagreba, posjetioce kupi na Glavnom kolodvoru u Zagrebu. Cijena karte za Bučko Express je 20 kuna.

Za posjetitelje, od najmlađih do najstarijih, organizirani su razni zabavni sadržaji: vožnja tradicijskom i buča kočijom s Pepeljugom i princem, ponijima, eko-dvorište s bučama za djecu, igraonice i edukativne radionice s bučama za najmlađe, kazališne predstave, razne izložbe, prikazi tradicijskih običaja, nastupi glazbenih i tamburaških sastava, Škrletcorner, te se postavlja Park skulptura i instalacija od buča.

4.1.2. Prva „Bučijada“

Prva „Bučijada“ održana je 2004. godine izložbeno-prodajnim sajmom na kojem su sudjelovali lokalni izlagači i proizvođači buča i ostalih eko-etno proizvoda. Na slici 3 može se vidjeti kako je izgledala prva „Bučijada“. Inicijator osnivanja Bučijade bio je OPG Masnec iz Trebovca koji se više od 20 godina bavi organskim uzgojem ljekovitog i začinskog bilja, ratarskih kultura, buča, voća i povrća. Slika 2 prikazuje neke od proizvoda obitelji Masnec. Bučijada u začetku nije bila popularna kao što je danas. Bila je održavana na manjoj površini u gradu, dok se sada prožima kroz cijeli grad.



Slika 2. Proizvodi OPG-a Masnec

Izvor: Arhiva turističke zajednice Ivanić-Grada

Bučijada je u svojim začecima gastrodoživljaj bazirala na prikazu tradicionalne pripreme bučnice¹ te kroz uključivanje nekoliko ugostiteljskih objekata koji su pripremali i nudili jela od buča. Tu svakako treba istaknuti catering Ben-Mar koji se među prvima odvažio i osmislio jelovnik od buče i samim time utabao put ostalima.

¹ Bučnica je savijača, štrudla, pita od vučenog tijesta sa nadjevom od ribane tikve i svježeg sira sa vrhnjem i jajetom, zarolan i premazan kiselim vrhnjem i putrom.



Slika 3. Prva „Bučijada“ u Ivanić-Gradu (2004.)

Izvor: Arhiva turističke zajednice Ivanić-Grada

Tako se zadnjih godina uključila većina ugostiteljskih objekata s područja Ivanić-Grada koji za vrijeme Bučijade u listopadu pripremaju kreativna jela od buča s težnjom da svoje jelovnike od buča zadrže u ponudi tijekom cijele godine. S vremenom je gospodarsko-turistička manifestacija Bučijada narasla u pravu gastro-manifestaciju. U sklopu Bučijade organiziraju se i Dani bučinog ulja s edukativnim sadržajima i kušanjem bučinog ulja proizvođača tog proizvoda iz cijele Hrvatske, udruženih u Udrugu proizvođača bučinog ulja RH.

U centru Ivanić-Grada organizirani su razni zabavni sadržaji: vožnja kočijama, eko-dvorište s bučama, edukativne radionice i igraonice, kazališne predstave za djecu, izložbe, koncerti, posjet tradicijskom čardaku, prikaz narodnih običaja, zoološki vrt s domaćim životinjama, kostimirana šetnja, izložba kolača od buča i ostali sadržaji, te već spomenuta bogata gastro-ponuda jela od buče u restoranima i gastro-šatoru.

4.1.3. „Buča kao inspiracija“

Svake godine prije „Bučijade“ otvoren je natječaj za izradu skulptura od buča. Pravo sudjelovanja imaju sve pravne osobe registrirane u Republici Hrvatskoj i fizičke osobe – hrvatski državljani. Svaki autor ili autorska grupa ima pravo sudjelovanja s jednim prijedlogom idejnog rješenja. Nakon završetka natječaja Stručno povjerenstvo održava se žiriranje i izbor šest rješenja koja će biti izložena povodom manifestacije. Turistička zajednica Ivanić-Grada obavještava autore odabranih rješenja, te će im na temelju računa ili ugovora uplatiti svotu određenu njihovim troškovnikom nakon realizacije. Turistička zajednica Ivanić-Grada pokriva troškove izrade skulptura.

Zadnji dan manifestacije proglašava se najbolja skulptura i njezin autor će osvojiti nagradu u iznosu od 3.000,00kn. Po završetku manifestacije autori svoje skulpture mogu uzeti ili ih predati u vlasništvo turističke zajednice Ivanić-Grada. Slika 4 prikazuje skulpturu od buča koja je osvojila drugo mjesto na natjecanju „Buča kao inspiracija“. Slika 5. „Samo opušteno“ je osvojila treće mjesto na natjecanju „Buča kao inspiracija“

U nastavku slijede slike skulptura od buča, slika 6 prikazuje pobjedničku skulpturu 2018. godine pod nazivom „Magična vrata“.



Slika 4. Skulptura od buča
Izvor: Autor



Slika 5. Skulptura od buča "Samo opušteno"

Izvor: Autor



Slika 6. Skulptura od buča "Magična vrata" (pobjednik izložbe 2018. godine)

Izvor: Autor

4.2. Proizvodni aspekt „Bučijade“

U ovom poglavlju završnog rada pisati će se o vrstama proizvoda koji se mogu naći na manifestaciji.

4.2.1. Gastro – ponuda „Bučijade“

Kao što je navedeno u poglavlju „Prva Bučijada“, prvi začetnik gastro-ponude bio je catering Ben-mar. U nastavku slijedi Tablica1 u kojoj je vidljiv jelovnik za „Bučijadu“.

Tablica 1. Jelovnik Ben-mara za „Bučijadu“

JELOVNIK	CIJENA
Rolada od tikvice i tune	30,00 kn
Juha od buče i krumpira	10,00 kn
Pizza s bučom	35,00 kn
Rižoto od piletine i buče	30,00 kn
Njoki od buče u gorgonzoli	30,00 kn
Lazanje od buče	40,00 kn
Bučnica (2 komada)	15,00 kn
Parfe torta od buče	15,00 kn
Sladoled od vanilije s bučnim uljem (2 kuglice)	12,00 kn

Izvor: Web stranica (<http://www.ben-mar.hr/Bucijada.html>)

S vremenom kako je „Bučijada“ napredovala, u manifestaciju su se uključili svi ugostiteljski objekti, pa čak i seoski turizmi koji se nalaze na području Ivanić-Grada. Na slici 7 prikazan je specijalitet restorana Garfield za vrijeme manifestacije.



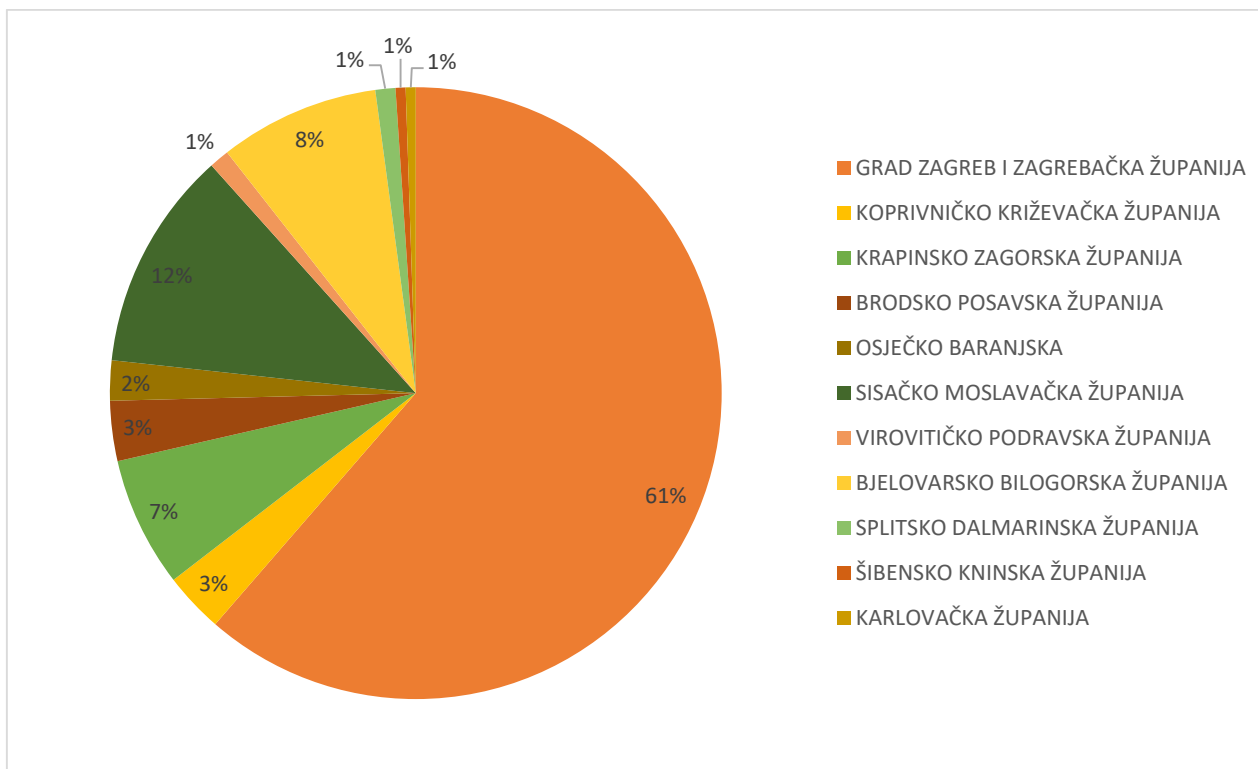
Slika 7. Lazanje od buče s pikantnim raguom od piletine

Izvor: Božica Brkan (<http://oblizeki.com/restoran-garfield>)

Osim gastro-ponude u restoranima, na manifestaciji se također mogu naći gastro-šatori koji se svake godine nalaze u Moslavačkoj ulici. Gastro-šatori nude razna jela od buče (bučnice, fritule s bučama, razne kolače i praline od buča itd.). Osim specijaliteta od buče u gastro-šatorima mogu se naći domaći proizvodi kao što su kobasice, špek, šunka i čvarci.

4.2.2. Proizvođači i njihov asortiman

Kao što je već navedeno na prošlogodišnjoj 14. „Bučijadi“ učestvovalo je više od 200 proizvođača. U nastavku slijedi graf1 u kojem se mogu vidjeti županije iz kojih dolaze proizvođači.



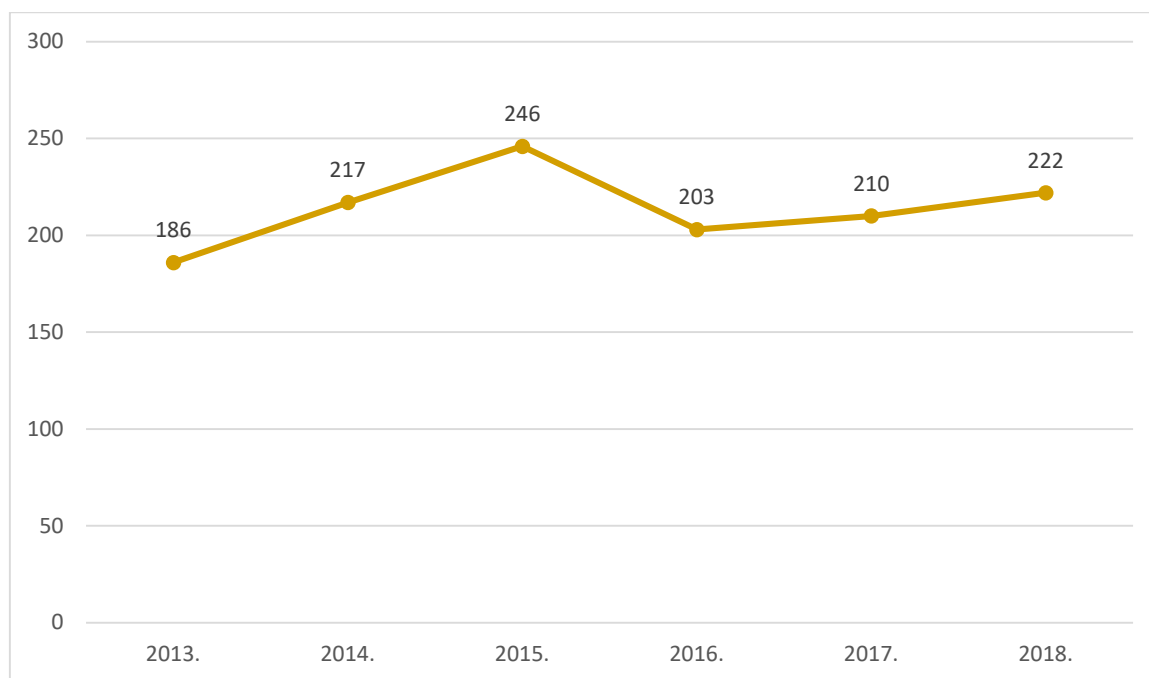
Graf1. Mjesto dolaska proizvođača u 2018.godini (%)

Izvor: Arhiva turističke zajednice

Iz grafal može se vidjeti da 61% proizvođača dolazi iz grada Zagreba i Zagrebačke županije, iz Sisačko-moslavačke županije 12% proizvođača, iz Bjelovarsko-bilogorske županije 8% proizvođača, Krapinsko-zagorske županije 7% proizvođača, Koprivničko-križevačke županije 3% proizvođača i iz Brodsko-posavske županije 3% proizvođača.

Najmanje proizvođača dolazi iz Virovitičko-Podravske županije (1%), Splitsko-Dalmatinske županije (1%), Osječko-Baranjske županije (2%), Šibensko-Kninske županije (1%) i iz Karlovačke županije(1%).

U grafu 2 može se vidjeti rast i pad izlagača koji su sudjelovali na „Bučijadi“ od 2013.-2018. godine.



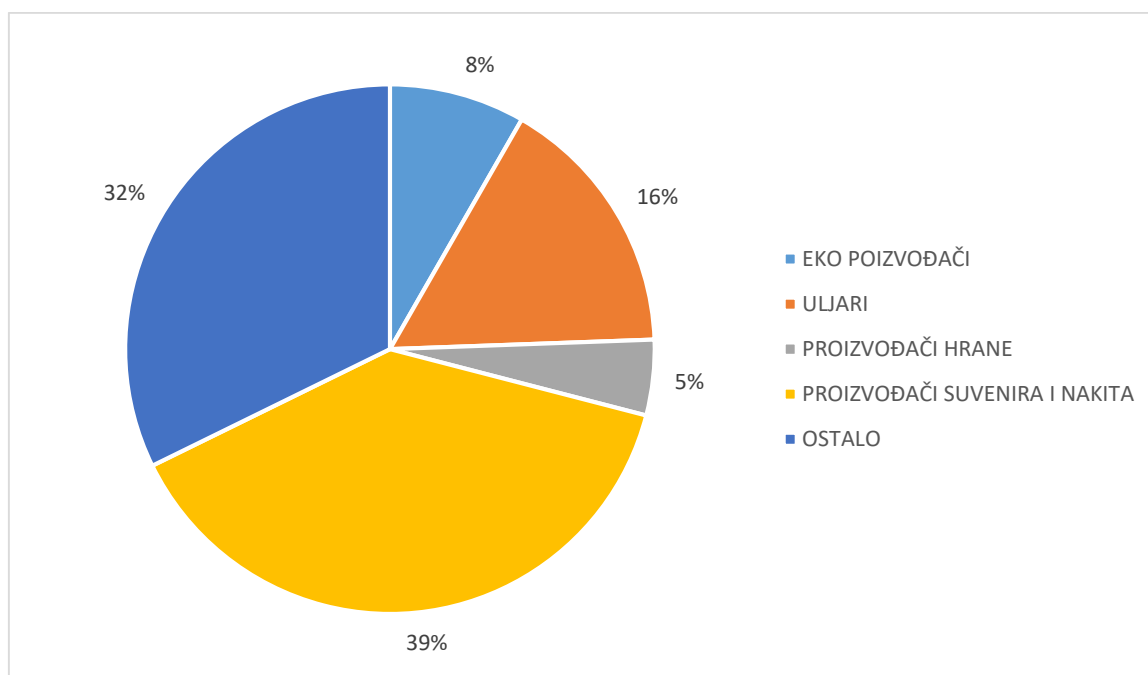
Graf 2. Broj izlagača od 2013. – 2018. godine

Izvor: Izrada autora

Kao što je vidljivo u grafu 2 najveći broj izlagača bio je 2015-te godine koji je iznosio 246 izlagača, a najmanji broj izlagača bio je 2013-te godine a iznosi 186 izlagača. 2015-te godine na „Bučijadi“ je bilo najviše sudionika jer se grad počeo aktivnije baviti promocijom manifestacije.

4.2.3. Vrste izlagača na „Bučijadi“

U ovom poglavlju završnog rada opisati će se vrste djelatnosti koje sudjeluju na manifestaciji. Na manifestaciji sudjeluju uljari, eko proizvođači, proizvođači hrane, obiteljska poljoprivredna gospodarstva s različitim djelatnostima kao što su proizvođači meda, aronije, orašastih plodova, češnjaka, voska i sl. Još od nekih proizvođača su proizvođači nakita, majica, suvenira, prirodne kozmetike i dr.



Graf 3. Vrste proizvođača u 2018. godini u %

Izvor: Izrada autora

Kao što je vidljivo iz grafa 3 u 2018-oj godini najzastupljeniji su bili grupa ostalo u grafu u šta spadaju proizvođači likera, prirodnih sokova, meda, sirupa, džemova i zimmica (39%), zatim proizvođači suvenira i nakita (32%). Uljara je sudjelovalo 16%, a najmanji postotak sudjelovanja imaju proizvođači hrane od svega 5%.

Djelatnosti kao što su proizvodnja igračaka, tekstila, etno proizvoda i dr. spadaju u kategoriju „ostalo“ i oni čine 18% proizvođača.

Postotak proizvođača koji sudjeluju na manifestaciji iz godine u godinu variraju.

4.3. Plan prihoda i rashoda financijskih sredstava za 15. „Bučijadu“ (2019. godina)

U tablici 2 prikazani su planirani ukupni izvori financijskih sredstava za 15-u „Bučijadu“ koji iznose 400.000,00 kuna, a u tablici 4 prikazani su planirani ukupni troškovi koji također iznose 400.000,00 kuna.

Podatci su prikupljeni iz Turističke zajednice Ivanić-Gradu. Grad Ivanić-Grad osigurava mjesto održavanja, jedan dio štandova u svom vlasništvu, stolove i stolice za sudionike, prostor tržnice Maznica kao i ostale gradske prostore i površine. Turistička zajednica Ivanić-Grada osigurava promociju i najavu Bučijade u svim medijima.

Tablica 2. Planirani ukupni izvor financijskih sredstava 15. Bučijadu

PLANIRANI IZVOR FINACIJA	PLANIRANA SREDSTVA (u kn)
Vlastita sredstva	20.000,00
Proračun Grada Ivanić-Grad	180.000,00
Očekivani udio Zagrebačke županije	80.000,00
Ostali izvori	
INA d.d.	50.000,00
Očekivani udio Turističke zajednice Zagrebačke županije	20.000,00
Ostali sponzori i pokrovitelji	50.000,00
Ukupni izvori financiranja	400.000,00

Izvor: Izrada autora

Tablica 3. Planirani ukupni troškovi za 15. Bučijadu

NAMJENA	UKUPNI TROŠKOVI (u kn)
Najam opreme -audio i vizualna tehnika, pozornica i sl.	25.000,00
Nabava radnog/potrošnog materijala vezanog za organizaciju događanja	50.000,00
Najam prostora za održavanje događanja	35.000,00
Najam prijevoznih sredstava u svrhu prijevoza organizatora i izvođača vezan uz organizaciju	10.000,00
Troškovi smještaja, putni troškovi, honorari (temeljem ugovora) izvođača i vanjskih suradnika	160.000,00
Troškovi promocije - prezentacije, medijska promocija, promotivni materijali i dr.	60.000,00
Usluge zaštitarske službe	20.000,00
Drugi troškovi neposredne organizacije	40.000,00
UKUPNO	400.000,00

Izvor: Izrada autora

4.4. Promocija poljoprivrednih proizvođača

U ovom poglavlju završnog rada pisati će se o promociji poljoprivrednih proizvođača i na koji način im je sudjelovanje na „Bučijadi“ pomoglo privući nove kupce i koje koristi su proizvođači imali od sudjelovanja.

„Bučijada“ kao manifestacija je veliki promotor poljoprivrednih proizvođača. Kako „Bučijadu“ tako i proizvođače promoviraju razni mediji kao što su HTV (Dobro jutro, Hrvatska) Jabuka TV, N1, Nova TV, RTL, Radio postaje: Antena, Kaj, Sljeme, Total FM, Narodni, Hrvatski radio 1. program, Obiteljski radio Ivanić, lokalne radio stanice, dnevne tiskovine, tjedne tiskovine, portali (Volim Ivanić, Turistička zajednica Ivanić-Grad, Nacionalni HR),

Nasumičnim odabirom izabrano je nekoliko poljoprivrednih proizvođača te su s njima obavljani intervjui o njihovom cjelokupnom doživljaju manifestacije. Također iz intervjua s

njima saznati će se nešto više o njima i njihovom asortimanu proizvoda, što misle koje su prednosti i nedostaci manifestacije i žele li proizvođači ponovno sudjelovati na manifestaciji. U tablici 4 mogu se vidjeti pitanja koja su postavljena proizvođačima.

Tablica 4. Pitanja za intervju

PITANJA	
1.	Molim Vas da ukratko opišite svoje gospodarstvo.
2.	Koje proizvode posjedujete ?
3.	Kako ste čuli za Bučijadu?
4.	Koliko godina sudjelujete na Bučijadi?
5.	Je li Vam je Bučijada i na koji način pomogla u promociji OPG-a i Vaših proizvoda ?
6.	Je li Vam je Bučijada pomogla da povećate svoju prodaju?
7.	Želite li ponovno sudjelovati na Bučijadi?
8.	Koji su po Vama prednosti i nedostaci Bučijade ?
9.	Kojom bi ste ocjenom od 1-10 ocijenili Bučijadu? (objasniti)

Izvor: Izrada autora

4.4.1. Obiteljsko poljoprivredno gospodarstvo Hukavec

Obiteljsko poljoprivredno gospodarstvo Hukavec otvoreno je 2013. godine, bavi se uzgojem buče golice i prodajom proizvoda od buča. Obiteljsko poljoprivredno gospodarstvo raspolaže sa 10 ha poljoprivredne površine. Sjedište obiteljskog poljoprivrednog gospodarstva je Šašinovec, Sesvete, Zagreb. Prema riječima Renate: *“To je obiteljski posao unazad 6 godina u koji su uključeni svi članovi (supružnici Renata i Dražen, kćeri Martina i Marina).* Proizvode koje obiteljsko poljoprivredno gospodarstvo nudi mogu se vidjeti tablici 6, u prilogu.

Iz tablice 6 može se vidjeti da obiteljsko poljoprivredno gospodarstvo „Hukavec“ ima širok asortiman proizvoda koji nudi svojim kupcima.

Obiteljsko poljoprivredno gospodarstvo sudjeluje na „Bučijadi“ već 5 godina i u planu im je sudjelovati i na 15-oj „Bučijadi“ ove godine.



Slika 8. Štand obitelji Hukavec na „Bučijadi“

Izvor: Renata Hukavec

Gospođa Renata je rekla kako je „Bučijada“ veliki promotor poljoprivrednih proizvođača jer su i oni sami privukli nove stalne kupce. Na pitanje je li im i na koji način „Bučijada“ pomogla kao promotor poljoprivrednica je odgovorila sljedeće:

„Da, stekli smo vjerne kupce koji nas zatim kontaktiraju telefonski da im šaljemo naše proizvode.“ (Renata Hukavec).

Gospođa Renata smatra da „Bučijada“ uvelike promovira poljoprivredne proizvođače, i svake godine rado sudjeluje na manifestaciji, ali je također navela prednosti i nedostatke manifestacije. Za nedostatke se nada da će se u budućnosti popraviti. Bučijadu kao manifestaciju je ocijenila sa sedmicom. (u rangju od 1-10)

„Prednosti: tematski je sajam (kupci posjećuju sajam isključivo radi proizvoda od buče), dobro oglašavanje sajma putem medija, niski troškovi najma, relativna blizina od našeg sjedišta OPG-a. Nedostatak: dosta loši uvjeti izlaganja (prenatrpani štandovi na jednom mjestu, malo mjesta za odložiti proizvode, nedostatak wc-a, nedostatak parkinga).“ (Renata Hukavec)

4.4.2. Obiteljsko poljoprivredno gospodarstvo Andrić

Obiteljsko poljoprivredno gospodarstvo Andrić je otvoreno 2017. godine, gospodarstvo raspolaže sa 4,5 hektara obradive poljoprivredne površine na kojoj se uzgaja uljna tikva golica.

Nositeljica OPG-a je mlada poljoprivrednica Sara Andrić koja je unatoč svojoj mladoj dobi i tek otvorenom OPG-u ostvarila iznimne rezultate na natjecanjima te je osvojila zlatnu medalju za hladno prešano bučino ulje.

„U 2018 godini na predstavljanju našeg ulja na 1. izložbi bučinog ulja Alpe -Adria i 8. Varaždinskoj izložbi ostvaren je značajan rezultat, zlatna medalja za hladno prešano bučino ulje.“(Sara Andrić)



Slika 9. Bučino ulje- zlatna medalja
Izvor: Sara Andrić

Slika 9 prikazuje deklarirano bučino ulje koje je osvojilo zlatnu medalju.

Proizvode koji OPG Andrić nudi svojim kupcima su: Bučino ulje 100% , hladno prešano bučino ulje, bučino brašno, bučine koštice obične, bučine koštice pržene slane, bučine koštice pržene ljute, bučine koštice čokoladirane, bučine praline.



Slika 10. Štand OPG-a Andrić na 14-oj Bučijadi
Izvor: Sara Andrić

Iako je poljoprivrednici Sari Andrić 14-ta „Bučijada“ prva na kojoj je sudjelovala, iznimno je zadovoljna rezultatima koje je dobila. Na slici 10 prikazan je štand OPG-a Andrić. Izjasnila se da „Bučijada“ nema nedostataka kao manifestacija i da svi proizvođači imaju jednake uvjete izlaganja. Poljoprivrednica se izjasnila da joj je „Bučijadom“ povećana prodaja proizvoda. Raduje se povratku na 15-u „Bučijadu“. Na pitanje je li joj „Bučijada“ pomogla u promociji poljoprivrednih proizvoda Sara je odgovorila sljedeće:

„Da, pomogla mi je jer dolazi puno posjetitelja iz cijele Hrvatske i šire, pomogla je tako što posjetitelji kupuju naše proizvode kojima su zadovoljni i svojim poznanicima preporuča dalje i tako se širi krug kupaca.“ (Sara Andrić)

4.4.3. Pivovara Crafter s

Pivovara Crafter s osnovana je 2016. godine, sjedište pivovare je u Leprovici kraj Dugog Sela. Godišnji kapacitet proizvodnje je 1.400.000 litara piva. U svojoj ponudi proizvoda pivovara Crafter s nudi šest standardnih piva, to su Hopper, Swing, Glider, Escape, Chimne i

Switch. Osim standardnih piva, kuhaju se i sezonska piva Spirit, Nutso (pivo od kestena) i Pumpker (pivo od buče).

Pivo od buče, koje se može vidjeti na slici 11, je sezonsko pivo koje nije tijekom cijele godine u prodaji. Pivo od buče, u kombinaciji sa začinima poput klinčića i cimeta otvorit će vam nove pivske horizonte. Suhi završetak čini ovo pivo iznimno pitkim.



Slika 11 Pivo od buče

Izvor: Pivovara Crafter s (<https://www.crafters.hr/#crafters-beerc>)

Iako pivovara Crafter s sudjeluje na „Bučijadi“ tek od 2016. godine, rado joj se vraćaju svake godine i upotpunjuju njezin asortiman svojim proizvodima.

„S obzirom da je dio uprave Crafter'sa iz Ivanić Grada, znali smo za Bučijadu i prije nego što smo uopće pokrenuli pivovaru. Kako smo kupili pogon od Gradske pivnice u Ivanić Gradu i prvu godinu tamo proizvodili pivo, bilo je gotovo pa pitanje prestiža pojaviti se na Bučijadi i ponuditi dodatni sadržaj cjelokupnom događaju. Drago nam je da je i TZ Ivanić Grada prepoznala naše pivo kao vrijednu kontribuciju festivalu.“ (Neven Fitnić²)

Kao što se već navelo pivovara Crafter s sudjeluje na Bučijadi od svoga osnutka 2016. godine, njima je sudjelovanje na „Bučijadi“ kao novim poduzetnicima uvelike pomoglo u promociji.

„Bučijada nam je prvenstveno pomogla u početnom predstavljanju. Jedna mala craft pivovara s pogonom u Ivanić Gradu je dobila priliku pokazati publici na Bučijadi svoju paletu

² Neven Fitnić- vlasnik pivovare Crafter' s

proizvoda. Osim samog predstavljanja, već prve godine smo napravili Pumpker, pivo od buče, što je bio i profesionalni izazov. Piva od buče nisu rijetkost na pivskoj craft sceni, ali Pumpker je, koliko znamo, prvo službeno hrvatsko pivo od buče. Bučijada nam je posebno u početku bila odskočna daska prema publici, od znatiželjnika koji su došli probati pivo od buče do zaljubljenika u craft pivo.“

Na pitanje je li im „Bučijada“ povećala prodaju vlasnik pivovare je odgovorio sljedeće:

„Ne samo da nam je Bučijada povećala prodaju, nego je i postala bitan događaj u godišnjem programu pivovare. Prilika je to za promovirati nova piva, ali i ponuditi ljudima dobro pivo za relativno fer cijenu u odnosu na tržišne cijene craft piva. Svake godine dosad smo imali porast prodaje u odnosu na prošlu, što je i očekivano. Sve više ljudi dolazi probati pivo, a kako od prošle godine imamo Pumpker u boci, dio ljudi ga odsad može kupiti i “za doma”(Neven Fitnić)

Pivovara Crafter s rado će sudjelovati i na 15-oj Bučijadi ove godine. Vlasniku pivovare Crafter s drago je što sudjeluje na takvoj manifestaciji gdje napokon mali proizvođači mogu doći do izražaja.

4.4.4. Obiteljsko poljoprivredno gospodarstvo Ljiljana Dikić

Obiteljsko poljoprivredno gospodarstvo Dikić svoju proizvodnju započelo je prije desetak godina. Sjedište gospodarstva je u Čazmi, raspoložu s 3.5 hektara obradive poljoprivredne površine. Važno je napomenuti da se obiteljsko poljoprivredno gospodarstvo bavi isključivo ekološkim uzgojem. Proizvode koje gospodarstvo posjeduje su: od trajnih nasada tu su kupine i kruška, a ostalo je miješano povrće (dinje, lubenice, više vrsta tikvi (hokaido, butternut, špageti, argenta, violina, provansa, banana), luk, cikla, mrkva, rajčica, paprika...). Osim što OPG Ljiljana Dikić sudjeluje na sajmu Bučijada, također sudjeluje i na drugim sajmovima eko proizvođača kao što možemo vidjeti na slici 12.



Slika 12 Obiteljsko poljoprivredno gospodarstvo Dikić na sajmu eko proizvođača

Izvor : Ljiljana Dikić

Obiteljsko poljoprivredno gospodarstvo Dikić na „Bučijadi“ sudjeluje već 5 godina, te će i ove godine upotpuniti „Bučijadu“ svojim ekološki uzgojenim proizvodima.

Poljoprivrednica Ljiljana Dikić kaže da im je „Bučijada“ bila velika promocija, kako i gospodarstva tako i njihovih proizvoda. Na manifestaciji su stekli nove kupce i povećali prodaju svojih proizvoda.

„Svaki osobni kontakt s kupcima, pogotovo ekoloških proizvoda, pomaže u plasmanu istih jer kupci vole da im se odgovori na njihova pitanja. To su mjesta gdje se povezuju kupci i proizvođači, pa smo na svakoj Bučijadi na kojoj smo sudjelovali i stekli neke nove kupce ili se vidjeli sa "starima", a isto tako je važno da se na njoj vide i proizvođači međusobno, te razmijene iskustva u proizvodnji i prodaji. Bučijada nam je pomogla da povećamo prodaju svojih proizvoda, osim toga stekli smo nove kupce, koji vjeruju u naše proizvod.“(Ljiljana Dikić)

Poljoprivrednica odgovara da je prednost „Bučijade“ to što kroz tri dana manifestacije prođe veliki broj posjetitelja kroz grad, što je dobro i za njih kao proizvođače ali isto tako je dobro za grad. Nedostatak koji je navela je taj da je sajam izgubio svoju prvotnu funkciju, a to je prodaja buča i njezinih proizvoda. Bučijadu je ocijenila čvrstom osmicom.

Međunarodnom poljoprivrednom sajmu u Novom Sadu za hladno prešano laneno ulje. Drugu zlatnu medalju gospodarstvo je dobilo na 84. Međunarodnom poljoprivrednom sajmu u Novom Sadu za hladno prešano ulje bučinih koštica.



Slika 14 Zlatna medalja za hladno prešano ulje od bučinih koštica
Izvor: Katarina Janković

Eko Janko je vjerni proizvođač koji na „Bučijadi“ sudjeluje posljednjih 6 godina, i raduje se 15-oj „Bučijadu“ ove godine na kojoj će prisustvovati.

Eko Janko smatra da je Bučijada velika odskočna daska za eko proizvođače jer daje odličnu promociju, osim promocije sklopili su nove ugovore sa bio prodavaonicama i pridobili nove kupce.

„Bučijada nam je uvelike pomogla u promociji, preko Bučijade došli smo do novih kupaca koji naše proizvode kupuje redovno, a također smo došli i do novih preprodavača/trgovina gdje smo uspjeli plasirati neke od svojih proizvoda. „(Katarina Janković)

Eko Janko smatra da je najveća prednost to što su ekološki proizvođači odvojeni od ostalih proizvođača. To im daje veliku prednost jer kada kupci dođu u eko dio „Bučijade“ mogu se fokusirati samo na njihove proizvode, a isto tako proizvođači se mogu posvetiti kupcima u potpunosti. Eko Janko nema nikakvih zamjerki za „Bučijadu“ te su je ocijenili sa osmicom jer smatraju da uvijek ima mjesta za poboljšanje.

4.4.6. Obiteljsko poljoprivredno gospodarstvo Šimunović

Obiteljsko poljoprivredno gospodarstvo Šimunović bavi se proizvodnjom buče i njezinih proizvoda. Gospodarstvo raspolaže sa 4.5 hektara poljoprivredne obradive površine. Proizvodi koje gospodarstvo posjeduje su: bučino ulje hladno prešano, toplo prešano, bučine koštice pržene, bučino brašno.

Gospodarstvo sudjeluje na „Bučijadu“ već 6 godina te također planira sudjelovati i na 15-oj „Bučijadi“ ove godine. Na slici 15 možemo vidjeti štand OPG-a Šimunović.



Slika 15 Obiteljsko poljoprivredno gospodarstvo Šimunović na Bučijadi

Izvor: Dinko Šimunović

Obiteljsko poljoprivredno gospodarstvo Šimunović je izuzetno zadovoljno Bučijadom kao manifestacijom jer im je uvelike pomogla u promociji OPG-a te povećala broj kupaca.

„Nema bolje promocije i reklame od bučijade pogotovo ako imate kvalitetu proizvoda, a to znači ako netko kupi ulje na bučijadi i zadovoljan je kvalitetom kupovat će i dalje svake godine i tražiti upravo to ulje. Prodaju smo povećali jer nas kupci sada kontaktiraju telefonski i naruče proizvode koje žele.“ (Dinko Šimunović)

Poljoprivrednik smatra da Bučijada nema nedostatka, a da prednosti ima puno koje idu njima kao proizvođačima u korist. Bučijadu je ocijenio čistom desetkom.

„Prednosti Bučijade su blizina Zagreba, dobra promocija manifestacije kao i program manifestacije sa mnoštvo sadržaja, radionica, koncerata itd. Znači ljudi dođu ciljano na bučijadu i obavezno kupe barem jedan proizvod vezan za buče jer su došli na bučijadu. Bilo to ukrasna tikvica, bučnica, koštice, malo ulje 0,25, čokoladne praline s bučom itd.“ (Dinko Šimunović)

5.ZAKLJUČAK

„Bučijada“ u Ivanić-Gradu održava se od 2004. godine sa stalnom rastućom tendencijom. „Bučijada u Ivanić-Gradu“ postaje prepoznatljiva tradicionalna turistička manifestacija u kontinentalnom dijelu Hrvatske. Dugoročni učinci Bučijade su promocija Grada Ivanić-Grada i svih turističkih sadržaja na području, uključenost svih privrednih, kulturnih, turističkih i ostalih subjekata u organizaciju manifestacije, stvaranje zajedničkog turističkog proizvoda po kome Ivanić-Grad postaje prepoznatljiv u Hrvatskoj. Grad se nada da će potaknuti domaće stanovništvo na proizvodnju i preradu raznih vrsta bundeva, educirati posjetitelje o vrstama, prehrambenim vrijednostima bundeve i njenoj korisnosti te stvoriti brend koji će koristiti poljoprivrednicima i gradu.

Na temelju ovog završnog rada može se zaključiti da je „Bučijada“ u Ivanić-Gradu odličan promotor poljoprivrednih proizvođača. Iz provedenih intervjua može se zaključiti da su svi proizvođači zadovoljni Bučijadom i da im je uvelike pomogla kao promotor obiteljskih poljoprivrednih gospodarstava te su stekli i nove kupce. U intervju su iznijeli neke nedostatke Bučijade kao npr. da je „Bučijada“ izgubila prvotnu oznaku da se radi o sajmu buča i njezinih proizvoda te da se u zadnjih nekoliko godina osim proizvoda od buča pojavili su se i drugi proizvodi koje se ne uklapaju u tematiku sajma. Prosječna ocjena kojom su ispitanici ocijenili „Bučijadu“ je osmica. Iako „Bučijada“ ima neke nedostatke svi proizvođači se svake godine vraćaju na sajam. U budućnosti bi se trebalo poraditi na nedostacima „Bučijade“. Organizatori bi trebali popričati s proizvođačima koji sudjeluje na Bučijadi i pitati ih za njihova mišljenja i njihove prijedloge kako da unaprijede „Bučijadu“.

LITERATURA

Knjige:

1. Armstrong, G.; Kotler, P (2007) Marketing: An Introduction 8/e, Person-Prentice Hall, UpperSaddlerRiver, NJ,
2. Čavlek, N., Bartolucci, M., Prebečac, D., Kesar, O. (2011): Turizam: Ekonomske osnove i organizacijski sustav, Školska knjiga, Zagreb,
3. Kolega A, Božić M (2001): Hrvatsko poljodjelsko tržište, Tržništvo, Zagreb
4. Kolega A. (1994.) : Tržništvo poljodjelskih proizvoda, Zavod Globus, Zagreb
5. Sajter D., (2018):Ponuda, potražnja i cijena: ima li u ekonomiji još što?
6. Tolušić Z. (2011/2012) : Tržište i distribucija poljoprivredno-prehrambenih proizvoda, Poljoprivredni fakultet u Osijeku

Nastavni materijali :

1. dr. sc. Kantar S. (2016.): Agrarna sociologija (radni materijal za internu skriptu), Visoko gospodarsko učilište u Križevcima
2. Pivčević, S. (2015/16): Upravljanje manifestacijama – nastavni materijali/skripta, Sveučilište u Splitu, Ekonomski fakultet, Split, str. 6.

Web izvori:

1. Mijat V.: Domaće je domaće (OPG Janković)
<https://www.agroklub.com/ratarstvo/domace-je-domace-opg-jankovic>(03.07.2019.)
2. Marketing Fancier blog, <https://marketingfancier.com/promocija-u-marketingu-vrste-strategija/> (03.07.2019.)
3. Turistička zajednica Ivanić-Grad (<http://www.tzig.hr/turisticke-manifestacije/bucijada>) (20.06.2019.)
4. Udruga proizvođača bučinog ulja Hrvatske (<http://www.udruga-bucinoulje.hr/uzgoj-uljne-tikve>) (23.6.2019)
5. Volim Ivanić <http://www.volimivanic.info/u-susret-jubilarnoj-10-bucijadi>(26.06.2019.)

ILUSTRACIJE

Slika 1. Letak 15-te „Bučijade“ u Ivanić-Gradu	8
Slika 2. Proizvodi OPG-a Masnec.....	10
Slika 3. Prva „Bučijada“ u Ivanić-Gradu (2004.).....	11
Slika 4. Skulptura od buča.....	12
Slika 5. Skulptura od buča “Samo opušteno“.....	13
Slika 6. Skulptura od buča "Magična vrata" (pobjednik izložbe 2018. godine).....	13
Slika 7. Lazanje od buče s pikantnim raguom od pile tine.....	15
Slika 8. Štand obitelji Hukavec na „Bučijadi“	21
Slika 9. Bučino ulje- zlatna medalja.....	23
Slika 10. Štand OPG-a Andrić na 14-oj Bučijadi.....	24
Slika 11 Pivo od buče.....	25
Slika 12 Obiteljsko poljoprivredno gospodarstvo Dikić na sajmu eko proizvođača.....	27
<i>Slika 13 Proizvodi obiteljskog gospodarstva Eko Janko.....</i>	<i>28</i>
Slika 14 Zlatna medalja za hladno prešano ulje od bučinih koštica.....	29
Slika 15 Obiteljsko poljoprivredno gospodarstvo Šimunović na Bučijadi.....	30

Tablica 1. Jelovnik Ben-mara za „Bučijadu“	14
Tablica 2. Planirani ukupni izvor financijskih sredstava 15. Bučijadu	19
Tablica 3. Planirani ukupni troškovi za 15. Bučijadu.....	19
Tablica 4. Pitanja za intervju	20

Grafikoni:

Graf1. Mjesto dolaska proizvođača u 2017. godini (%).....	17
Graf 2. Broj izlagača od 2014. – 2017. godine.....	18
Graf3. Vrste proizvođača u 2017. godini u %.....	19

PRILOZI

Prilog 1. Intervju sa Renatom Hukavec

1. Molim Vas da ukratko opišite svoje gospodarstvo.

OPG Hukavec bavi se sadnjom tikva golica i prodajom proizvoda od buča, sjedište: Šašinovec, Sesvete, Zagreb. Raspoložemo s poljoprivrednom površinom od 10 hektara. To je obiteljski posao unazad 6 godina u koji su uključeni svi članovi (supružnici Renata i Dražen, kćeri Martina i Marina).

2. Koje proizvode posjedujete ?

Sve vrste bučinog ulja: hladno prešano bučino ulje, 100% toplo prešano, 100% bučino ulje s dodatkom čilija i s dodatkom češnjaka, klasično bučino ulje (70% buča, 30% suncokretovo), bučine sjemenke (obične, pržene slane i čokoladirane u 7 okusa), bučino brašno i bučini proteini.

3. Kako ste čuli za Bučijadu?

Preko medija i turističke zajednice u Ivaniću.

4. Koliko godina sudjelujete na Bučijadi?

Ova godina će biti peta po redu.

5. Je li Vam je Bučijada i na koji način pomogla u promociji OPG-a i Vaših proizvoda ?

Da, stekli smo vjerne kupce koji nas zatim kontaktiraju telefonski da im šaljemo naše proizvode.

6. Je li Vam je Bučijada pomogla da povećate svoju prodaju?

U određenom postotku da, ali i dalje su nam sajmovi u Zagrebu najisplativiji, zbog čega smo povećali proizvodnju.

7. Želite li ponovno sudjelovati na Bučijadi?

Da.

8. Koji su po Vama prednosti i nedostaci Bučijade ?

Prednosti: tematski je sajam (kupci posjećuju sajam isključivo radi proizvoda od buče), dobro oglašavanje sajma putem medija, niski troškovi najma, relativna blizina od našeg sjedišta.

Nedostatak: dosta loši uvjeti izlaganja (prenatrpani štandovi na jednom mjestu, malo mjesta za odložiti proizvode, nedostatak wc-a, nedostatak parkinga).

9. Kojom bi ste ocjenom od 1-10 ocijenili Bučijadu? (objasniti)

7- zbog prednosti i nedostataka u prošlom pitanju.

Prilog 2. Intervju sa Sarom Andrić

1. Molim Vas da ukratko opišite svoje gospodarstvo.

OPG Andrić otvoren je 2017 godine, OPG se sastoji od 4,5 h poljoprivrednog zemljišta , na kojem se sije uljna tikva-golica , u 2018 godini na predstavljanju našeg ulja na 1. izložbi bučinog ulja Alpe -Adria i 8 Varaždinskoj izložbi ostvaren je značajan rezultat ,zlatna medalja za hladno prešano bučino ulje.

2. Koje proizvode posjedujete ?

Bučino ulje 100% , hladno prešano bučino ulje, bučino brašno, bučine koštice obične, bučine koštice pržene slane, bučine koštice pržene ljute, bučine koštice čokoladirane, bučine praline.

3. Kako ste čuli za Bučijadu?

Putem medija i turističke zajednice Ivanić-Grada.

4. Koliko godina sudjelujete na Bučijadi?

Ovo mi je bila prva godina sudjelovanja.

5. Je li Vam je Bučijada i na koji način pomogla u promociji OPG-a i Vaših proizvoda ?

Da, pomogla mi je jer dolazi puno posjetitelja iz cijele Hrvatske i šire , pomogla je tako sto posjetitelji kupuju naše proizvode kojima su zadovoljni i svojim poznanicima preporuče dalje i tako se širi krug kupaca.

6. Je li Vam je Bučijada pomogla da povećate svoju prodaju?

Da, pomogla je.

7. Želite li ponovno sudjelovati na Bučijadi?

Da, želim.

8. Koji su po Vama prednosti i nedostaci Bučijade ?

Prednost bučijade je što dolazi puno ljudi koji znaju da će tamo kupiti kvalitetno bučino ulje i proizvode od buče. A nedostataka nema. Uvjeti za nas proizvođače su vrlo dobri.

9. Kojom bi ste ocjenom od 1-10 ocijenili Bučijadu? (objasniti)

10! Odlična je zbog toga što su nas proizvođače stavili skupa te imamo svi iste uvijete predstavljanja naših proizvoda.

Prilog 3. Intervju sa Pivovarom Crafter s

1. Molimo Vas da ukratko opišete svoje gospodarstvo.

Mi smo pivovara Crafter's. Bavimo se prvenstveno proizvodnjom craft piva, osnovani smo 2016. godine, sjedište nam je u Leprovici pored Dugog Sela, a godišnji kapacitet 1 400 000 litara piva.

2. Koje proizvode posjedujete?

Imamo šest standardnih piva, to su Hopper (session IPA), Swing (american red ale), Glider (pilsner), Escape (english IPA), Chimney (zobeni stout) I Switch (ražena IPA). Osim standardnih piva, kuhamo i sezonska piva Spirit (scotchale), Nutso (pivo od kestena) i Pumpker (pivo od buče), kao i posebno buteljirano pivo Muskateer (saison pivo, pjenušava kombinacija piva i muškata). Ove smo godine u kolaboraciji sa splitskom craft pivovarom Lab proizveli pivo Vespa (americanpremiumale) posebno limitirano izdanje za proljetnu sezonu.

3. Kako ste čuli za Bučijadu?

S obzirom da je dio uprave Crafter'sa iz Ivanić Grada, znali smo za Bučijadu i prije nego što smo uopće pokrenuli pivovaru. Kako smo kupili pogon od Gradske pivnice u Ivanić Gradu i prvu godinu tamo proizvodili pivo, bilo je gotovo pa pitanje prestiža pojaviti se na Bučijadi i ponuditi dodatni sadržaj cjelokupnom događaju. Drago nam je da je i TZ Ivanić Grada prepoznala naše pivo kao vrijednu kontribuciju festivalu.

4. Koliko godina sudjelujete na Bučijadi?

Na Bučijadi sudjelujemo od svojih početaka, dakle od 2016. godine.

5. Je li Vam je Bučijada i na koji način pomogla u promociji Vašeg OPG-a i Vaših proizvoda?

Bučijada nam je prvenstveno pomogla u početnom predstavljanju. Jedna mala craft pivovara s pogonom u Ivanić Gradu je dobila priliku pokazati publici na Bučijadi svoju paletu proizvoda. Osim samog predstavljanja, već prve godine smo napravili Pumpker, pivo od buče, što je bio i profesionalni izazov. Piva od buče nisu rijetkost na pivskoj craft sceni, ali Pumpker je, koliko znamo, prvo službeno hrvatsko pivo od buče. Bučijada nam je posebno u početku bila odskočna daska prema publici, od znatiželjnika koji su došli probati pivo od buče do zaljubljenika u craft pivo.

6. Je li Vam je Bučijada pomogla da povećate svoju prodaju?

Ne samo da nam je Bučijada povećala prodaju, nego je i postala bitan događaj u godišnjem programu pivovare. Prilika je to za promovirati nova piva, ali i ponuditi ljudima dobro pivo za relativno fer cijenu u odnosu na tržišne cijene craft piva. Svake godine dosad smo imali porast prodaje u odnosu na prošlu, što je i očekivano. Sve više

ljudi dolazi probati pivo, a kako od prošle godine imamo Pumpker u boci, dio ljudi ga odsad može kupiti i “za doma”.

7. Želite li ponovno sudjelovati na Bučijadi ?

Naravno. Vjerujemo da smo postali dio cijele priče oko Bučijade, tu smo i zbog poslovnih, ali i lokal-patriotskih razloga, tako da nam je Bučijada nezaobilazni godišnji “event”.

8. Koji su po Vama prednosti i nedostaci Bučijade?

Prednost Bučijade je u tome što je od Ivanić Grada stvorila zanimljivu jesensku turističku destinaciju, što promovira OPG-ove i male obrte u odnosu na industrijsku proizvodnju i “velike igrače”, pa je kroz godine postala svojevrsni brand Ivanić Grada i Zagrebačke županije. Oko nedostataka je nezahvalno pričati jer nismo upoznati sa svim aspektima festivala, ali pretpostavljamo da Bučijada može postići i više, ne samo na hrvatskom, nego i europskom nivou. Više okretanja prema van i gostovanja stranih predstavnika vjerojatno može proširiti interes za Bučijadu u samoj EU. No to je tek sugestija, a ne pravi nedostatak.

9. Kojom bi ste ocjenom od 1-10 ocijenili Bučijadu? (objasni)

Čvrsta osmica koja vuče na devetku. S naše strane, Bučijada je pomogla našim proizvodima, promovirala naša piva i samu pivovaru, stvorila dodatnu vrijednost i podigla interes za Ivanić Grad. Morali smo ostaviti mogućnost dodatnog napretka i širenja festivala, pa samo zato nismo dali najvišu ocjenu, ali teško da bi mu našli ozbiljniju zamjerku.

Prilog4. Intervju sa Ljiljanom Dikić

1. Molim Vas da ukratko opišete svoje gospodarstvo.

Prije 10 godina počeli smo s ekološkom proizvodnjom na našem imanju. Ukupna površina koju obrađujemo je oko 3.5 ha.

2. Koje proizvode posjedujete ?

Od trajnih nasada tu su kupine i kruška, a ostalo je miješano povrće (dinje, lubenice, više vrsta tikvi (hokaido, butternut, špageti, argenta, violina, provansa, banana), luk, cikla, mrkva, rajčica, paprika...). Proizvode prodajemo na sajmovima, šaljemo poštom, preko facebooka.

3. Kako ste čuli za Bučijadu?

Za Bučijadu smo čuli najprije od prijatelja koji su isto ekološki proizvođači

4. Koliko godina sudjelujete na Bučijadi?

Do sada smo sudjelovali na ukupno 5 Bučijada.

5. Je li Vam je Bučijada i na koji način pomogla u promociji Vašeg OPG-a i Vaših proizvoda.

Svaki osobni kontakt sa kupcima, pogotovo ekoloških proizvoda, pomaže u plasmanu istih jer kupci vole da im se odgovori na njihova pitanja. To su mjesta gdje se povezuju kupci i proizvođači, pa smo na svakoj Bučijadi na kojoj smo sudjelovali i stekli neke nove kupce ili se vidjeli sa "starima", a isto tako je važno da se na njoj vide i proizvođači međusobno, te razmijene iskustva u proizvodnji i prodaji

6. Je li Vam je Bučijada pomogla da povećate prodaju?

Bučijada nam je pomogla da povećamo prodaju svojih proizvoda, osim toga stekli smo nove kupce, koji vjeruju u naše proizvod.

7. Želite li ponovno sudjelovati na Bučijadi ?

Voljeli bismo ponovo sudjelovati na Bučijadi

8. Koje su po Vama prednosti i nedostaci Bučijade ?

Prednosti Bučijade su te što je vrlo velik broj posjetitelja (vlak Bučko, puno događanja i promocije grada, kulturni i zabavni program koji privlače posjetitelj, dobra ponuda), a najveći nedostatak je to što se izgubila ona prvotna oznaka Bučijade, a to je sajam buča, a ne sajam svega ostaloga. Na Bučijade bi trebalo biti najviše proizvođača buča i proizvoda od buča, a to više zadnjih godina nije tako.

9. Kojom bi ste ocjenom od 1-10 ocijenili Bučijadu ? (Objasni)

Što se ocjene tiče, to bi bila jedna čvrsta osmica. Trebalo bi ukinuti plaćanje prodajnog mjesta, jer i mi kao proizvođači svojim dolaskom na Bučijadu doprinosimo promociji grada. Možda bi trebalo više značenja dati ekološkim proizvođačima, koji su, u cijeloj priči, pomalo zanemareni. Ako znamo da su svima puna usta ekologije i zdrave prehrane i zdravog načina života, onda bi to trebalo i u praksi odraditi.

Prilog 5. Intervju sa Eko Janko

1. Molim Vas da ukratko opišite svoje gospodarstvo

Naš OPG bavi se ekološkim uzgojem i preradom industrijske konoplje, lana, heljde i buče golice, na cca 15h zemlje.

2. Koje proizvode posjedujete ?

Sjemenke, proteine, brašna, hladno prešana ulja te jednu vrstu čaja i kreme za lice

3. Kako ste čuli za Bučijadu?

Ne sjećam se točno, vjerojatno putem medijskog oglašavanja u novinama i na radiju..

4. Koliko godina sudjelujete na Bučijadi?

Zadnjih cca 6 godina

5. Je li Vam je Bučijada i na koji način pomogla u promociji OPG-a i Vaših proizvoda ?

Bučijada nam je uvelike pomogla u promociji, preko Bučijade došli smo do novih kupaca koji naše proizvode kupuje redovno, a također smo došli i do novih preprodavača/ trgovina gdje smo uspjeli plasirati neke od svojih proizvoda.

6. Je li Vam je Bučijada pomogla da povećate svoju prodaju?

Da, ne značajno ali jest malo, na čemu smo zahvalni.

7. Želite li ponovno sudjelovati na Bučijadi?

Da.

8. Koji su po Vama prednosti i nedostaci Bučijade ?

Velika prednost je što su odvojeni/izdvojeni ekološki proizvođači.

9. Kojom bi ste ocjenom od 1-10 ocijenili Bučijadu i objasni.

Odličnih 8, jer uvijek postoji prostor za napredak.

Prilog 6. Intervju sa Dinkom Šimunovićem

1. Molimo Vas da ukratko opišete svoj gospodarstvo?

Maleni Opg s proizvodnjom na cca 4 ha površine.

2. Koje proizvode posjedujete ?

Posjedujem sljedeće proizvode: bučino ulje hladno prešano, toplo prešano, bučine koštice pržene, bučino brašno.

3. Kako ste čuli za Bučijadu ?

Za bučijadu sam čuo pošto živim dosta blizu Ivanića preko poznanika, udruga proizvođača, mediji su dosta aktivni po tom pitanju a tu mislim na radio ili recimo jumbo plakate.

4. Koliko godina sudjelujete na Bučijadi ?

Sudjelujem cca 6 godina na bučijadi.

5. Je li Vam je Bučijada i na koji način pomogla u promociji Vašeg OPG-a i Vaših proizvoda?

Nema bolje promocije i reklame od bučijade pogotovo ako imate kvalitetu proizvoda a to znači ako netko kupi ulje na bučijadi i zadovoljan je kvalitetom kupovat će i dalje svake godine i tražiti upravo to ulje.

6. Je li Vam je Bučijada pomogla da povećate svoju prodaju ?

Prodaju smo povećali, jer nas sada kupci kontaktiraju telefonski i naruče svoje proizvode.

7. Želite li ponovno sudjelovati na Bučijadi ?

Uvijek sam zainteresiran za sudjelovanje na bučijadi.

8. Koje su po Vama prednosti i nedostaci Bučijade ?

Prednosti Bučijade su blizina Zagreba, dobra promocija manifestacije kao i program manifestacije sa mnoštvo sadržaja, radionica, koncerata itd. Znači ljudi dođu ciljano na bučijadu i obavezno kupe barem jedan proizvod vezan za buče jer su došli na bučijadu .Bilo to ukrasna tikvica, bučnica, koštice ,malo ulje 0,25, čokoladne praline s bučom itd.

9. Kojom bi ste ocjenom od 1-10 ocijenili Bučijadu ?

Bučijada je čista desetka pogotovo za nas proizvođače bučinog ulja i proizvoda bučinih koštica. Najbolji sajam što se tiče promocije a na koncu i financijsko prihodovnom smislu.

Prilog 7. Tablica 5. Proizvodi i cijene OPG-a Hukavec

PROIZVOD	CIJENA (u kn)
Klasično bučino ulje	
0.25 L	25,00 kn
0.50 L	40,00 kn
1 L	70,00 kn
100% bučino ulje	
0,10 L	30,00 kn
0,25 L	40,00 kn
0.50 L	70,00 kn
0.75 L	100,00 kn
100 % bučino ulje s dodatkom čilija	
0,10 L	30,00 kn
0,50 L	70,00 kn
100 % bučino ulje s dodatkom češnjaka	
0,10 L	30,00 kn
0,50 L	70,00 kn
Hladno prešano bučino ulje	
0,25 L	75,00 kn
Hladno prešano suncokretovo ulje	
0,50 L	25,00 kn

PROIZVOD	CIJENA (u kn)
Pržene slane suncokretove koštice	
80 g	5,00 kn
Proteinski prah bundeve	
250 g	25,00 kn
Brašno od bučinih koštica	
0,50 kg	10,00 kn
Bučine koštice	
Obične – 150 g	15,00 kn
Pržene slane- 100 g	10,00 kn
Čokoladne u više okusa – 80 g	20,00 kn

Izvor: Izrada autora

SAŽETAK

Rad se bavi istraživanjem „Bučijade“ u Ivanić-Gradu kao promotor poljoprivrednih proizvođača. „Bučijada“ u Ivanić-Gradu je treća najposjećenija manifestacija u Zagrebačkoj županiji. Kroz intervju proizvođača koji sudjeluju na „Bučijadi“ i podacima iz turističke zajednice Ivanić-Grad istražen je utjecaj „Bučijade“ na promociju proizvođača, ali i na promociju grada. Na osnovi dobivenih podataka utvrdilo se da je „Bučijada“ odličan promotor proizvođača te da je svim ispitanicima povećala prodaju proizvoda. Neki proizvođači su naveli nedostatke „Bučijade“, kao što su udaljenost parkirnog mjesta za izlagače i previše štandova na jednom mjestu pa se treba poraditi na tim nedostacima i zadovoljiti potrebe proizvođača i potrošača kako bi je manifestacija „Bučijada“ unaprijedila.

Ključne riječi: Bučijada, proizvod, proizvođači, promocija.