

Preferencije potrošača soka od bazge na području Zagrebačke županije

Mihaela Vrbetić

¹*Agronomski fakultet Sveučilišta u Zagrebu, Svetošimunska 25, Zagreb, Hrvatska*

SAŽETAK

Temeljni cilj rada je istražiti potrošnju domaćih sokova i soka od bazge na domaćem tržištu, te predložiti ispitanicima veću kupnju funkcionalne hrane. Anketom je obuhvaćeno 120 ispitanika, čiji su rezultati obrađeni SPSS programom za obradu podataka. Dobivenim rezultatima je utvrđeno da su najvažnije čimbenici kod kupnje domaćeg soka okus, cijena i kvaliteta. Dokazano je da trećina ispitanika (33,3%) kupuje domaći sok u supermarketima, što upućuje da bismo tamo usmjerimo razvoj prodajnih kanala. Vidljivo je da potrošači, kupci, proizvođači i trgovci domaćih sokova od bazge pokazuju sklonost kupnji domaćih sokova iako još uvijek u relativno malom postotku.

Ključne riječi: funkcionalna hrana, domaći sok, potrošači, bazga, organoleptika

UVOD

U ovom radu se stavlja naglasak na istražene značajke funkcionalnosti domaćih voćnih sokova, posebice soka od bazge i percepciju potrošača. U rezultatima će biti iznijeti osnovni podaci i činjenice o zdravstvenoj ispravnosti soka od bazge kao funkcionalnog napitka. Predložena su rješenja učinkovitije prodaje kako bi njegova proizvodnja soka od bazge zaživjela i postala prepoznatljiva na području Zagrebačke županije.

U svrhu dobivanja što kvalitetnijih i pouzdanijih informacija, istraživanje je provedeno na uzorku potrošača na području Zagrebačke županije. Osim tih informacija, također su provedeni intervjui s proizvođačima soka od bazge na području Zagrebačke županije. Bazga je rasprostranjena uglavnom u sjevernoj hemisferi i cijelom Europom, ali pojedine predstavnike nalazimo i u nekim područjima južne hemisfere (T.Jemrić, 2007.) Bazga obitava na plodnim, humusnim tlima, raste po okućnicama, uz rubove šuma, po živicama uz potoke i na neobrađenom, napuštenom zemljištu (<http://www.cvijet.info>). U Hrvatskoj rastu tri vrste:

S.nigra, *S.racemosa* i *S.ebulus*. Bazga uglavnom ostaje samo pripadnicom flore koju svakodnevno susrećemo, ali se na nju ne obaziremo. S njom se susretnemo samo u čaši soka koji su naše bake pripremile od njezinih cvjetova. Znanost je otkrila da bazga ima višestruka korisna svojstva. U kori bazge nalazi se tvar koja sprječava viruse da napadnu naše tijelo, plod joj je bogat vitaminom C, sadrži još mnogo drugih tvari, a njihov potencijal za ljudsko zdravlje tek treba istražiti (Jemrić, 2007.) Plodovi bazge bogat su izvor polifenola, spojeva sa značajnim antiradikalnim osobinama i osobinama stvaranja helata. Istražuju se intenzivno zbog pozitivnog utjecaja na ljudsko zdravlje. Jedno od provedenih istraživanja se odnosilo na izolirane frakcije iz bazge obogaćene različitim skupinama polifenola da bi se istražila njihova antiradikalna aktivnost pomoću DPPH testa.

MATERIJAL I METODE

Okvir za uzorak ovog istraživanja sastojao se od proizvođača i potrošača domaćih sokova na području Grada Zagreba i Zagrebačke županije.

Anketa s potrošačima je provedena pomoću dubinske ankete o preferencijama potrošača domaćih sokova, na uzorku od 120 ispitanika. Istraživanje je provedeno na slučajnom uzorku potrošača koji kupuju domaće sokove i preferiraju zdravu prehranu, te manjim dijelom na prigodnom uzorku (dostupni ispitanici). U svrhu dobivanja kvalitetnih informacija o proizvodnji soka od bazge provedeni su intervjui sa OPG – a (OPG Švaić iz Jablanovca, OPG Pereglin iz Svetog Ivana Zeline i OPG Pavlić iz Svete Klare). Na kraju su provedeni intervjui sa zaposlenicima supermarketa i trgovinama (Konzum, Diona, Kerum i Bio&bio) bio proizvoda u svrhu informiranja o trenutnoj ponudi i dostupnosti domaćih sokova na tržištu.

REZULTATI I RASPRAVA

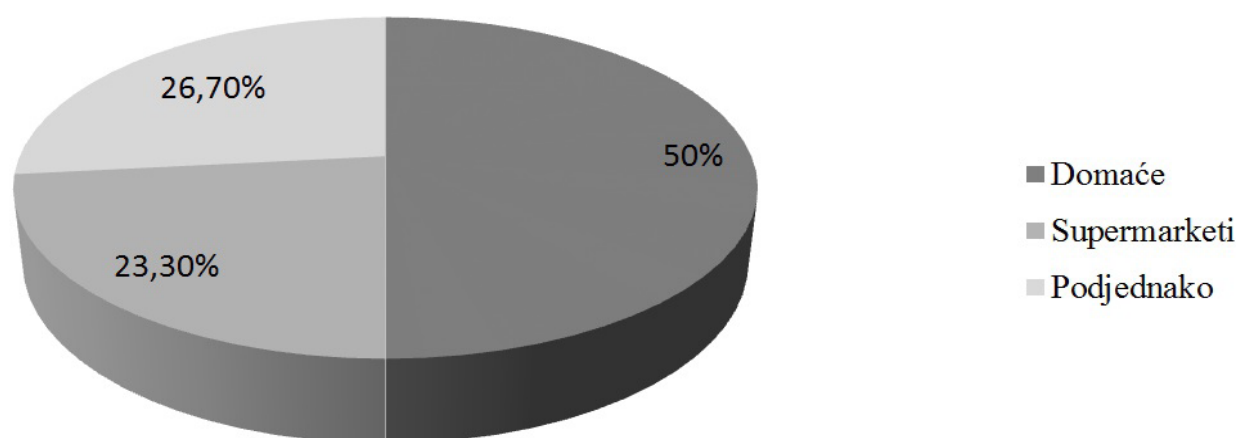
Na temelju provedenog istraživanja konzumaci-

je domaćih sokova od bazge dobiveni su sljedeći rezultati:

Intervjui sa OPG – a (OPG Švaić iz Jablanovca, OPG Pereglin iz Svetog Ivana Zeline i OPG Pavlić iz Svete Klare) koja su ujedno i naši najveći proizvođači soka od bazge na zagrebačkom području, provedeni su u svrhu dobivanja detaljnijih saznanja o soku od bazge kao funkcionalnoj hrani i njegovoj trenutnoj proizvodnji za tržište.

Jedno od najvažnijih pitanja u anketi i samom istraživanju su preferencije potrošača. Prema istraživanju je vidljivo da 50% ispitanika kupuje sokove domaće proizvodnje što nam govori o visokoj svijesti za konzumacijom zdravoga i zadovoljstvom kvalitetom. U supermarketima kupuje 23,3% ispitanika, koji nisu svi nužno domaći nego ih je većina industrijski proizvedena, te 26,7% ih kupuje podjednako domaće i industrijske sokove u supermarketima.

Preferencije prema kupnji soka

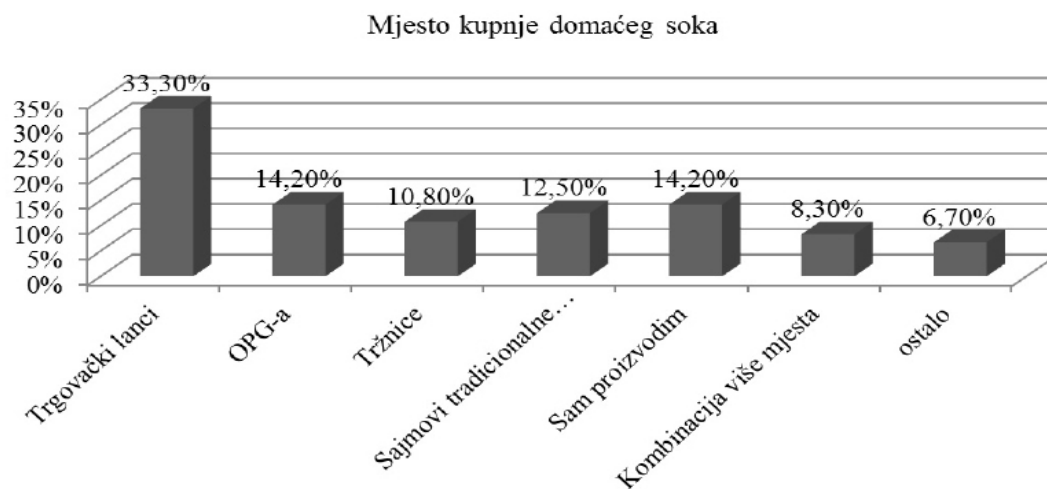


Grafikon 1. Preferencije kupnje

Izvor: Vlastito istraživanje 2012.

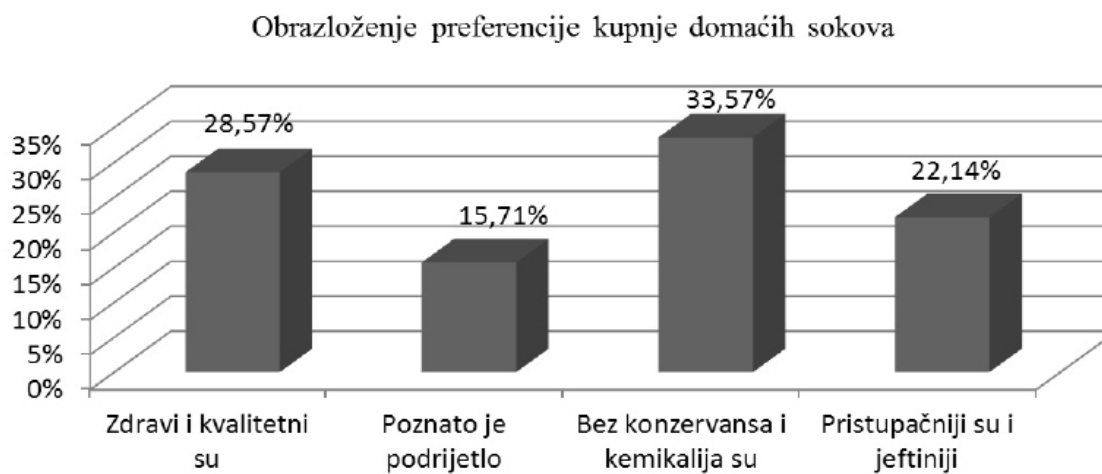
S obzirom na mjesto kupnje domaćeg soka ispitanici su većinom skloni, njih 33,3% kupnji soka u supermarketima, dok ih 8,3% kombinira više mjesta kupnje, kao npr. OPG-a, tržnice i supermarketi. Pošto je vidljivo iz istraživanja da su još uvijek nedovoljno zastupljena prodajna mjesta poput tržnica, sajмова tradicionalne hrane i OPG-a trebalo bi dati veći naglasak na poboljšanje distribucijskih kanala domaćih sokova, kao što su gradske tržnice i sajmovi tradicionalne hrane.

Kao prednost kupnje sokova u supermarketima 23,3 % ispitanika navodi da su to povoljnija cijena i pristupačnija kupnja. U istraživanju je vidljivo da 28,57% ispitanika preferira više domaće sokove jer su zdravi i kvalitetni, njih 15,71% ih je zadovoljno kupnjom domaćih sokova jer im je poznato podrijetlo, te 33,57% ispitanika se izjasnilo da više vole kupovati domaće sokove jer su bez konzervansa i kemikalija, što je na temelju istraživanja tržišta Zagrebačke županije, poznato za sokove od bazge. Zanimljiv je podatak da ipak najviše ispitanika



Grafikon 2. Mjesto kupnje domaćeg soka

Izvor: Vlastito istraživanje 2012.



Grafikon 3. Preferencije kupnje domaćih sokova

Izvor: Vlastito istraživanje 2012.

Tablica 1. Ocjena organoleptičkih svojstava pri kupnji domaćeg soka

Organoleptičko svojstvo	N	Srednja vrijednost ocjene ispitanika
Okus	120	4.775
Miris	120	4.125
Boja	120	3.45
Svježina	120	4.55
Pitkost	120	4.50

Izvor: Vlastito istraživanje 2012.

preferirara sokove bez konzervansa i kemikalija kao najvažnije značajke koje su vezane na ekološku proizvodnju i konzumaciju funkcionalne hrane.

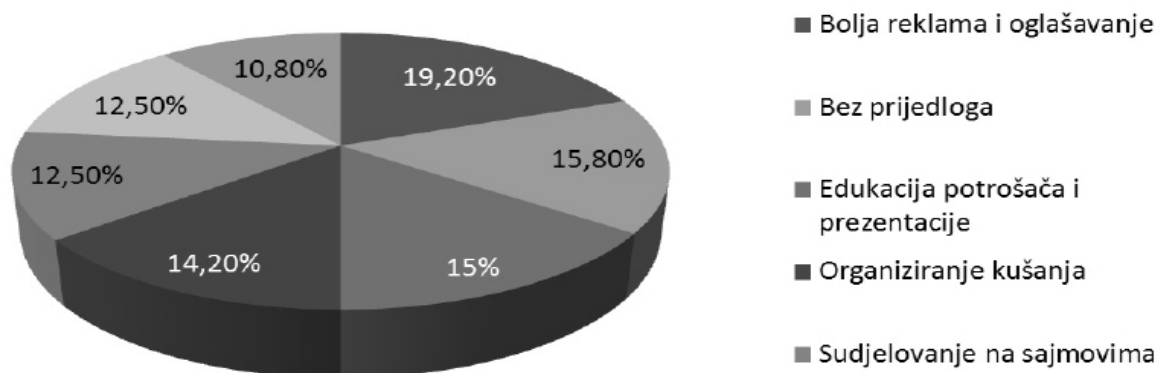
Pri ocjeni organoleptičkih svojstava najvažnije odrednice prihvaćanja domaćih sokova na tržište su bile okus, miris, boja, svježina i pitkost, pošto one najbolje odaju prave karakteristike domaćih sokova i njihove djelotvorne i pozitivne strane. Za ocjenu svojstava domaćeg soka korištena je *Kategorijska ljestvica* za ocjenu stavova ispitanika, gdje se ocjena svojstava kreće od jednog ekstrema prema drugome; jako važno – važno – niti važno niti nevažno

– nevažno - potpuno nevažno.

Najveći broj ispitanika kao jedan od prijedloga naveo upravo bolju reklamu i oglašavanje domaćih sokova. Tu je važno napomenuti, da je ispitivanjem proizvođača soka od bazge dobivena informacija da se oni oglašavaju putem interneta, letaka u kafićima gdje plasiraju svoje proizvode i plakata, no to je još uvijek nedovoljno i u maloj mjeri.

Istraženo je da je ponuda soka od bazge na području Zagrebačke županije vrlo mala i neznatna, na temelju toga mogu zaključiti da se mišljenja ispitanika mogu usuglasiti sa proizvođačima domaćih

Kako poboljšati prodaju?



Grafikon 4. Prijedlozi poboljšanja prodaje domaćeg soka od bazge

Izvor: Vlastito istraživanje 2012.

sokova, koji također smatraju da je ponuda još uvijek preslaba, a jedan od većih razloga je i taj što se ne potiče ta proizvodnja u dovoljnom omjeru sa strane lokalne uprave ili županije, a sredstva iz EU fondova su neisplativa s obzirom na veliku administraciju. Tako da se većina proizvođača upravo zato i odlučila na male proizvodnje, kako bi se osigurali od vremenskih prilika i osigurali prodaju i plasman. Poboljšanja u ponudi su poželjna u širini asortimana domaćih ekoloških sokova u supermarketima i u izravnoj prodaji.

Na temelju terenskog istraživanja u potrazi za sokom od bazge u nekim od naših najposjećenijih trgovina i supermarketima, utvrđena je slaba ponuda domaćih sokova sa obiteljskih poljoprivrednih gospodarstava. U trgovinama Konzum, Kerum, Diona i Bio&bio, nije bilo moguće pronaći niti jedan koji ima sirup od bazge ili sok od bazge. Dućani Bio&bio koji se nalaze na nekoliko lokacija u Gradu Zagrebu, drže samo sok od bazge i jabuke i to u pakiranju od 3 litre.

Tablica 3. Usporedba cijena domaćih industrijski proizvedenih sokova od bazge u pojedinim trgovinama

Trgovina/proizvođač	Kerum	Konzum	Diona	Bio&bio
OPG sok od bazge (1l)	-	-	-	38,00 kn
Eko Zona (1l)	-	-	-	30,99 kn
Bio Kirsch (1l)	-	-	-	39,90 kn
OPG sok (3l) bazga i jabuka	-	-	-	39,90 kn

Izvor: Vlastito istraživanje, 2012

ZAKLJUČAK

Rezultati ovog istraživanja daju podlogu za poboljšanje ponude domaćih sokova u pojedinim prodajnim kanalima. Na osnovi dobivenih podataka može se zaključiti da su potrošači relativno zadovoljni ponudom domaćih sokova u Zagrebačkoj županiji.

- a) Potrošači i kupci domaćih sokova i soka od bazge imaju pozitivnu percepciju i stav o proizvodu kao funkcionalnom napitku iako je ponuda i dalje slaba i nedostatna
- b) Najvažnija obilježja domaćih sokova, koji se odnose na organoleptiku su: okus, miris i svježina soka koji ga karakteriziraju ekološki prihvatljivim i visoko cijenjenim na tržištu
- c) Poboljšanja u ponudi su poželjna u širini asortimana domaćih ekoloških sokova u supermarketima i u izravnoj prodaji

LITERATURA

- L. Jakobek (2008). Kinetika inhibicije DPPH radikala i antiradikalna aktivnost polifenola iz plodova aronije i bazge, *Pomologia Croatica*, Vol.14.
- Verbeke, W., Scholderer, J., Lähteenmäki, L. (2009). Consumer appeal of nutrition and health claims in three existing product concepts”, *Appetite*, Vol. 52, No. 3: 684-692.
- Marušić, M., Vranešević, T. (2001). Istraživanje tržišta, ADECO, Zagreb 2001.
- Jemrić, T. (2007). Bazga: Važnost, uporaba i uzgoj. Hrvatska sveučilišna naklada. Zagreb.
- Kolega, A., Božić, M. (2001). Hrvatsko poljodjelsko tržište. GRAFA, Zagreb.

Preferences in elderberry juice consumers in Zagreb County

ABSTRACT

The main goal of this paper is to explore the consumption of homemade juices and of the elderberry juice in the home market as well as to encourage participants to increase consumption of functional foods. 120 participants were included in the survey, the results of which were processed by the SPSS program for data processing. The results indicate that the most important factors in buying homemade juice are taste, price and quality. It is proved that one third of consumers (33.3%) buys homemade juice in supermarkets, which indicates that the development of sales channel should be supermarket-oriented. It is evident that not only consumers and buyers, but also producers and retailers of elderberry homemade juices are inclined to purchase homemade juices, although in a relatively small percentage.

Key words: functional food, homemade juice, consumers, elder, organoleptics