

Obilježja potrošnje i zadovoljstvo ponudom svježih morskih plodova

Faletar, I.¹, M. Cerjak², D. Kovačić²

Originalni znanstveni rad

SAŽETAK

Cilj ovog istraživanja bio je opisati potrošnju svježih morskih plodova na zagrebačkom tržištu, kao i ispitati važnost pojedinih obilježja pri izboru svježih morskih plodova, istražiti stavove potrošača prema svježim morskim plodovima, te zadovoljstvo ponudom. Rezultati istraživanja provedenog na uzorku od 100 potrošača svježih morskih plodova u Zagrebu su pokazali da se svježi morski plodovi konzumiraju relativno rijetko, odnosno uglavnom jednom mjesečno. Lignje su najčešće konzumirana vrsta svježih morskih plodova, a zatim slijede kozice i hobotnice. Najvažnija obilježja pri izboru svježih morskih plodova su okus i svježina. Ispitani potrošači svježe morske plodove drže zdravom i hranjivom, te osrednje sigurnom hranom. Najveći broj ispitanika je osrednje zadovoljan ponudom svježih morskih plodova. Rezultati istraživanja pokazuju da su žene jači a i zahtjevniji potrošači ovih proizvoda od muškaraca. Ovim istraživanjem dobivene su vrijedne informacije za razvoj tržišta svježih morskih plodova u gradu Zagrebu.

Ključne riječi: učestalost konzumacije, važnost pojedinih obilježja pri izboru, stavovi, sociodemografska obilježja ispitanika

UVOD

U današnje vrijeme potrošači nastoje donijeti mudru odluku pri odabiru hrane kako bi u konačnici konzumirali zdravu hranu (Mason-Jenkins, 1991). Među kategorije hrane koje slove kao zdrave ubrajaju se i morski plodovi. Oni su prirodni izvor omega 3 masnih kiselina, bogati su određenim mineralima te vitaminima, a siromašni zasićenim mastima i kolesterolom (Sioen i sur., 2008). O zdravstvenim koristima od potrošnje morskih plodova izvještavaju brojna istraživanja. Tako na primjer, istraživanja od Daniels i sur. (2004), Colombo i sur. (2004), te Innis i sur. (2003) ističu važnost potrošnje morskih plodova za kognitivni razvoj i vid, a istraživanja od He i sur. (2004) i Iso i sur. (2006) naglašavaju djelotvoran utjecaj potrošnje morskih plodova na smanjenje koronarne bolesti srca.

Zbog takvih spoznaja, potrošnja morskih plodova je u porastu (Swartz i sur., 2010). O tome najbolje svjedoči činjenica da je u 60-im godinama 20. stoljeća potrošnja morskih plodova na globalnoj razini po stanovniku iznosila 9,9 kg, a 2006. godine 16,7 kg (FAO, 2009).

Kako bi razumijeli obrasce potrošnje morskih plodova potrebno je utvrditi ponašanje potrošača u konzumaciji, stavove potrošača o tim proizvodima, važnost pojedinih obilježja pri njihovoj kupnji, te zadovoljstvo ponudom. Poznavanje zadovoljstva je osobito važno jer pomaže u dobivanju boljeg uvida u kupovno ponašanje (Seiders i sur., 2005) i dobar je prediktor budućeg kupovnog ponašanja (Kasper, 1988).

Literatura bilježi više znanstvenih istraživanja koja opisuju potrošače, kao i njihove stavove prema morskim plodovima. Donath i sur. (2000) su istraživali potrošnju morskih plodova u SAD-u i Norveškoj. Rezultati istraživanja su pokazali da 65% Amerikanaca i preko 96% Norvežana morske plodove konzumira barem jednom u dva tjedna. Najomiljenija vrsta morskih plodova Amerikancima su škampi, a Norvežanima bakal. U svom radu Lebiezinska i sur. (2006) su istraživali preferencije i važnost pojedinih obilježja pri odabiru morskih plodova među poljskim studentima. Rezultati su pokazali da je najčešće konzumirana riblja vrsta bio losos, te škampi među ostalim kategorijama morskih

¹ Ivica Faletar, dipl.ing.agr.; student poslijediplomskog doktorskog studija, Agronomski fakultet Sveučilišta u Zagrebu, Svetošimunska cesta 25, 10 000 Zagreb, Hrvatska

² prof.dr.sc. Marija Cerjak, izvanredni profesor; prof.dr.sc. Damir Kovačić, redoviti profesor; Zavod za marketing u poljoprivredi, Agronomski fakultet Sveučilišta u Zagrebu, Svetošimunska cesta 25, 10 000 Zagreb, Hrvatska

Autor za korespondenciju: ivica.faletar@gmail.com

plodova. Najvažniji čimbenici ispitanicima pri izboru morskih plodova su okus i svježina. Dosadašnja istraživanja pokazuju da na učestalost potrošnje morskih plodova utječu i određena sociodemografska obilježja. Tako obrazovanije osobe češće konzumiraju morske plodove (He i sur., 2003; Gillespie i sur., 1975) kao i osobe s višim dohotkom (Erdogan i sur., 2011). Nguyen i sur. (2012) su otkrili da osobe dobne skupine od 30 do 54 godine znatno češće konzumiraju morske plodove u odnosu na ostale dobne skupine, te da žene češće konzumiraju školjkaše, a muškarci puževe i glavonošce. Značajne razlike u učestalosti potrošnje istraživanih skupina morskih plodova s obzirom na regiju u kojoj ispitanici žive zabilježili su Zhang i sur. (2004).

Većina potrošača smatra da su morski plodovi korisni za zdravlje (Erdogan i sur., 2011) i hranjivi (Gillespie i sur., 1975), a manji broj potrošača ih smatra sigurnim (Wessells i sur., 1996). Kreider i sur. (1993) su otkrili da ispitanici u regiji Delmarva (SAD) svježe morske plodove smatraju zdravijom hranom od teletine, svinjetine i piletine. U istraživanju vezanom uz potrošnju školjki, Batzios i sur. (2003) su otkrili da stav potrošača prema brbavici ovisi o dobi, razini obrazovanja i mjestu stanovanja, ali ne i o dohotku. Rezultati istraživanja koje su proveli Wessells i sur. (1996) upućuju da je percepcija potrošača o sigurnosti morskih plodova bila pod utjecajem učestalosti potrošnje istih.

Prema dostupnoj literaturi u Hrvatskoj nisu provedena istraživanja o potrošnji svježih morskih plodova. Cilj ovog istraživanja je utvrditi učestalost potrošnje svježih morskih plodova, važnost pojedinih obilježja pri izboru, stavove o svježim morskim plodovima te zadovoljstvo ponudom na zagrebačkom tržištu.

MATERIJAL I METODE

Kategorije svježih morskih plodova obuhvaćene ovim istraživanjem su: rakovi, puževe, glavonošci i školjkaši. U istraživanju je ispitana potrošnja i stavovi isključivo prema svježim proizvodima.

Primarni podaci su prikupljeni osobnim ispitivanjem 100 potrošača svježih morskih plodova u gradu Zagrebu. Izbor uzorka napravljen je u dva koraka. Prvo su odabrana dva tipa prodajnih mjesta svježih morskih plodova, gradska ribarnica i supermarket, a zatim je za sudjelovanje u istraživanju zamoljen svaki drugi kupac svježih morskih plodova. Ako neki kupac nije bio raspoložan za sudjelovanje u istraživanju biran je prvi sljedeći. U svakoj trgovini ispitano je po 50 kupaca.

Anketni upitnik

Na početku anketnog upitnika je bila navedena definicija svježih morskih plodova koja se koristi u ovom istraživanju: „Pod pojmom svježi morski plodovi u

ovom istraživanju podrazumijevaju se morski plodovi u užem kontekstu. Znači kategorije: rakovi (hlap, jastog, škampi, kozice itd.), školjkaši (dagnje, kamenice, prstaci itd.), glavonošci (lignja, hobotnica, sipa itd.) te puževe. Morska riba nije obuhvaćena ovim istraživanjem.“

Anketni upitnik je obuhvaćao skupine pitanja vezane uz: kupnju i potrošnju svježih morskih plodova, važnost pojedinih obilježja svježih morskih plodova, stavove prema svježim morskim plodovima, zadovoljstvo ponudom svježih morskih plodova na zagrebačkom tržištu, te sociodemografska obilježja ispitanika (spol, dob, mjesto odrastanja, školska sprema, ekonomski status).

Na pitanje koje vrste svježih morskih plodova konzumirate, ispitanici su mogli ponuditi više odgovora. Stavovi ispitanika o svježim morskim plodovima, važnost pojedinih obilježja svježih morskih plodova (preuzeto od Lebedzinska i sur., 2006) i zadovoljstvo ponudom svježih morskih plodova na tržištu grada Zagreba su mjereni na Likertovoj ljestvici od 5 stupnjeva (1 - uopće se ne slažem/ potpuno nevažno obilježje/ uopće nisam zadovolj(a)n-a; 5 - potpuno se slažem/ jako važno obilježje/ jako sam zadovolj(a)n-a). Ekonomski status obitelji ispitanika je mjeran kao subjektivna procjena ispitanika.

Analize su rađene na razini značajnosti od 5%. Dobiveni podaci su analizirani u statističkom programu SPSS. Pri tome su korišteni: hi-kvadrat test, ANOVA i jednostavna regresijska analiza.

REZULTATI I RASPRAVA

Opis uzorka

Opis uzorka je prikazan u tablici 1.

Tablica 1. Opis uzorka

		N	%
Spol	Žensko	61	61
	Muško	39	39
Dob	18 - 25	31	31
	26 - 35	17	17
	36 - 45	19	19
	46 - 60	27	27
	Preko 60	6	6
Mjesto odrastanja	Selo	26	26
	Grad	74	74
Školska sprema	Osnovna škola	3	3
	Srednja škola	45	45
	Viša ili visoka škola	44	44
	Magisterij ili doktorat	8	8
Ekonomski status obitelji	Loš	7	7
	Osrednji	29	29
	Dobar	43	43
	Vrlo dobar	21	21

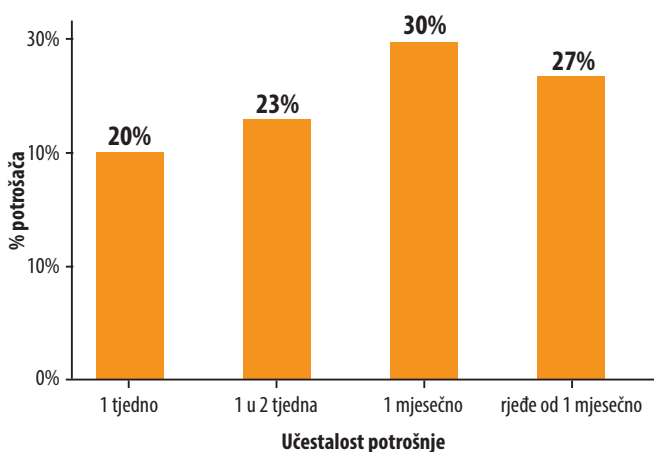
Izvor: anketno ispitivanje

Kupnja i potrošnja svježih morskih plodova

Istraživanje je pokazalo da 67% ispitanika svježe morske plodove uglavnom kupuje u gradskoj ribarnici, a 33% ispitanika iste uglavnom nabavlja u supermarketu.

Učestalost potrošnje svježih morskih plodova među ispitanicima prikazana je na slici 1. Rezultati istraživanja pokazuju da potrošači svježe morske plodove konzumiraju relativno rijetko. Najveći udio ispitanika (30%) svježe morske plodove konzumira jednom mjesečno, te ih neznatno manje (27%) konzumira rjeđe od jednom mjesečno. Usporedbe radi, ovo istraživanje je pokazalo da 20% ispitanika konzumira svježe morske plodove barem jednom tjedno, dok je istraživanje provedeno u Istanbulu (Erdogan i sur., 2011), koje nije bilo ograničeno samo na svježe morske plodove te je uključivalo i ribu, pokazalo da skoro 35% ispitanika konzumira morske plodove jednom tjedno.

Slika 1. Učestalost potrošnje svježih morskih plodova



Izvor: anketno ispitivanje

Ispitani potrošači su naveli da konzumiraju deset različitih vrsta svježih morskih plodova. Najveći broj njih konzumira lignje (81%). Potom slijede ispitanici koji konzumiraju kozice (40%), hobotnice (36%) i dagnje (33%). Škampe, koji su najomiljenija vrsta morskih plodova američkim potrošačima (Donath i sur., 2000), konzumira tek 25% naših ispitanika. Sipe konzumira 12% ispitanika. Manji postotak ispitanika konzumira još i kamenice (4%), prstace (3%), jastoge (2%), te priljepke (2%).

Više od 40% ispitanih potrošača navelo je dva ili više razloga zbog kojih konzumiraju svježe morske plodove. Tako se kao glavni motivi za konzumaciju svježih morskih plodova navode briga za zdravlje i dobar okus. Ostali motivi zbog kojih potrošači konzumiraju svježe morske plodove su njihova finoća, jednostavnost pripreme, njihova hranjivost.

Od svih sociodemografskih obilježja (spol, dob, ekonomski status, obrazovanje, mjesto odrastanja) testiranih u istraživanju, jedino je s obzirom na spol utvrđena

značajna razlika u učestalosti potrošnje svježih morskih plodova. Hi kvadrat analiza je pokazala da žene znatno češće konzumiraju svježe morske plodove nego muškarci ($X^2=7,966$, $p=0,047$). Slične rezultate su dobili i Nguyen i sur. (2012) u svom istraživanju koje su proveli u Južnom Vijetnamu.

Važnost pojedinih obilježja svježih morskih plodova

Očekivano, istraživanje je pokazalo da su najvažnija obilježja svježih morskih plodova za ispitanike okus (4,69) i svježina (4,63). Čak 97% ispitanika je reklo da im je okus važan ili jako važan pri odabiru svježih morskih plodova, a 92% ispitanika je pri izboru ovih proizvoda ocijenilo svježinu važnom ili jako važnom. Ova dva obilježja ocijenjena su najvažnijima i od strane poljskih studenata pri izboru morskih plodova (Lebiedzinska i sur., 2006). Ispitanici su manje važnim ocijenili cijenu, izgled i hranidbenu vrijednost svježih morskih plodova (tablica 2.).

Tablica 2. Važnost pojedinih obilježja svježih morskih plodova

Obilježje	Važnost obilježja od 1 do 5 u %					Srednja vrijednost	Standardna devijacija
	1	2	3	4	5		
Okus			3	97		4,69	0,525
Hranidbena vrijednost	8	26	66	3,76	0,911		
Izgled	17	17	66	3,78	1,151		
Svježina	1	7	92	4,63	0,691		
Cijena	5	24	71	4,05	0,914		

Napomena: 1- jako nevažno obilježje; 2- nevažno obilježje; 3- niti važno niti nevažno obilježje; 4- važno obilježje; 5- jako važno obilježje. Vrijednosti za 1 i 2, te vrijednosti za 4 i 5 su prikazane zajedno. Izvor: anketno ispitivanje

Od svih testiranih sociodemografskih varijabli (spol, dob, ekonomski status, obrazovanje, mjesto odrastanja) jedino je spol značajno utjecao na važnost pojedinih obilježja pri izboru svježih morskih plodova. Naime, rezultati analize varijance su pokazali da je ženama pri izboru važniji okus nego muškarcima (srednje vrijednosti 4,78 i 4,51; $F=6,742$; $p=0,011$). Također, izgled svježih morskih plodova je važniji ženama nego muškarcima (srednje vrijednosti 4,04 i 3,33; $F=9,996$; $p=0,002$).

Učestalost potrošnje svježih morskih plodova nije značajno utjecala na važnost pojedinih obilježja pri izboru svježih morskih plodova.

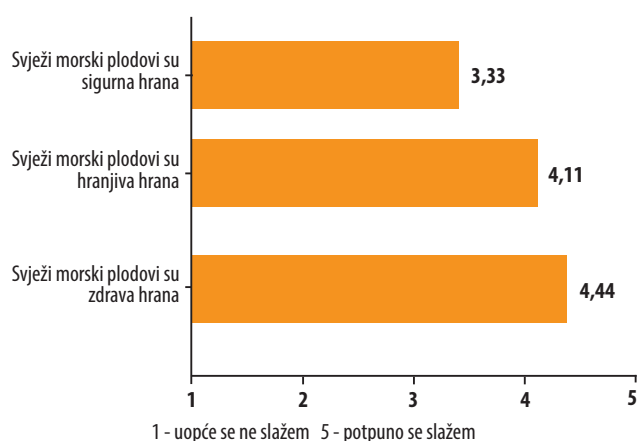
Stavovi prema svježim morskim plodovima

Budući da se pokazalo da stavovi utječu i predviđaju ponašanje potrošača (Wilcock i sur., 2004), njihovo ispitivanje je vrlo važno. U ovom istraživanju ispitanici su stavovi potrošača o zdravlju, hranjivosti i sigurnosti svježih mor-

skih plodova. Važnost ispitivanja stavova o spomenuta tri koncepta proizlazi iz činjenice da su pitanja zdravlja i hranjivosti dva ključna pitanja za potrošače (Capps i Schmitz, 1991), a sigurnost hrane jedno je od središnjih pitanja u ekonomiji hrane (Grunert, 2005).

Rezultati istraživanja pokazuju da ispitanici svježe morske plodove smatraju zdravom hranom (srednja vrijednost 4,44) i hranjivom hranom (srednja vrijednost 4,11). Sigurnost svježih morskih plodova je ocijenjena kao osrednja (slika 2.).

Slika 2. Stavovi o svježim morskim plodovima



Izvor: anketno ispitivanje

S obzirom da je percepcija sigurnosti povezana s izborom hrane (Grunert, 2005), rezultati istraživanja ukazuju na moguću prepreku u razvoju tržišta svježih morskih plodova u gradu Zagrebu. Općenito dobiveni rezultati su u skladu s prethodnim istraživanjima. Tako su Wessells i sur. (1996) u svom istraživanju otkrili da manji udio ispitanika morske plodove smatra sigurnom hranom, a veći udio ispitanika ih smatra hranjivom (Gillespie i sur., 1975) i zdravom hranom (Erdogan i sur., 2011).

Rezultati istraživanja su pokazali da sociodemografska obilježja ispitanika ne utječu značajano na stavove prema svježim morskim plodovima.

Zadovoljstvo ponudom svježih morskih plodova i čimbenici koji utječu na zadovoljstvo

S obzirom na pretpostavku da zadovoljstvo odnosno nezadovoljstvo utječe na ponovnu kupnju (Simintiras i sur., 1997), ispitivanje ukupnog zadovoljstva potrošača ili pojedinih njegovih segmenata je vrlo važno za shvaćanje ponašanja potrošača. U ovom istraživanju ispitano je zadovoljstvo ponudom svježih morskih plodova među potrošačima na zagrebačkom tržištu.

Rezultati istraživanja otkrivaju da najveći postotak ispitanika, njih 44 % „niti jeste niti nije zadovoljano“ ponudom svježih morskih plodova na zagrebačkom tržištu. 41 % potrošača „je zadovoljno“ ili „jako zadovoljno“

ponudom, a ostalih 15 % „uopće nije zadovoljno“ ili „nije zadovoljno“ ponudom svježih morskih plodova.

Od svih testiranih varijabli (učestalost potrošnje, stavovi prema svježim morskim plodovima, važnost pojedinih obilježja svježih morskih plodova, sociodemografska obilježja ispitanika) značajan utjecaj na zadovoljstvo ponudom svježih morskih plodova imali su samo ocijenjena važnost cijene i izgleda svježih morskih plodova. Rezultati jednostavnih regresijskih analiza su pokazali da su ispitanici kojima je cijena važnija pri izboru svježih morskih plodova zadovoljniji ponudom istih ($\beta=0,215$; $t=2,178$; $p=0,032$), kao i ispitanici kojima je važniji izgled svježih morskih plodova ($\beta=0,327$; $t=3,423$; $p=0,001$).

Neka prijašnja istraživanja su pokazala da na zadovoljstvo ponudom određenih prehrambenih proizvoda značajno utječu određena sociodemografska obilježja ispitanika te potrošnja. Tako je Radman (2005) u svom istraživanju otkrila da na zadovoljstvo ponudom ekoloških prehrambenih proizvoda u Hrvatskoj utječu spol i učestalost potrošnje. Međutim, naše istraživanje nije moglo potvrditi utjecaj ovih ili nekih drugih, testiranih sociodemografskih varijabli na zadovoljstvo ponudom svježih morskih plodova.

ZAKLJUČAK

Rezultati istraživanja su pokazali da se svježi morski plodovi rijetko konzumiraju. Najveći udio ispitanih potrošača svježe morskih plodova konzumira jednom mjesečno. Najčešće konzumirane vrste su lignje, zatim slijede kozice i hobotnice. Najvažnija obilježja svježih morskih plodova za ispitane potrošače su okus i svježina. Od svih testiranih sociodemografskih obilježja jedino je s obzirom na spol potrošača utvrđena značajna razlika u učestalosti potrošnje i važnosti pojedinih obilježja pri izboru svježih morskih plodova. Naime, žene češće konzumiraju svježe morske plodove od muškaraca, te su im pri izboru važniji okus i izgled svježih morskih plodova nego muškarcima. Ispitanici svježe morske plodove smatraju zdravom i hranjivom hranom. Sigurnost istih je ocijenjena osrednjom. Ispitanici su osrednje zadovoljni postojećom ponudom svježih morskih plodova na zagrebačkom tržištu. Potrošači kojima su cijena i izgled pri izboru važniji, zadovoljniji su postojećom ponudom svježih morskih plodova.

Na temelju rezultata istraživanja može se zaključiti da su žene jači i zahtjevniji potrošači, te se stoga preporuča oglašavanje koje će biti usmjereno na senzorna obilježja svježih morskih plodova. Ne tako visoko ocijenjena sigurnost svježih morskih plodova kao i osrednje zadovoljstvo ponudom potencijalne su barijere za daljnji razvoj tržišta ovih proizvoda u gradu Zagrebu. Stoga bi se trebalo ulagati u izgradnju imidža svježih morskih plodova kao sigurnih proizvoda, te jačati ponudu svježih morskih plodova na zagrebačkom tržištu.

Ovo istraživanje pruža prve informacije za daljnji razvoj tržišta svježih morskih plodova kod nas. Međutim, prepo-

ruča se provođenje istraživanja koje će pored ovih skupina uključivati i potrošnju morske ribe, kao i zaleđenih i dimljenih morskih plodova kako bi se dobio dublji uvid u stvarnu potrošnju ovih vrijednih namirnica.

LITERATURA

- Batzios, Ch., P. Angelidis, D.K. Moutopoulos, Ch. Anastasiadou, V. Chrisopolitou (2003):** Consumer attitude towards shellfish in the Greek market: A Pilot Study. *Mediterranean Marine Science*, 4, 2, 155-174.
- Capps, O., J.D. Schmitz (1991):** A recognition of health and nutrition factors in food demand analysis. *Western Journal of Agricultural Economics*, 16, 1, 21-35.
- Daniels, J.L., M.P. Longnecker, A.S. Rowland, J. Golding (2004):** Fish intake during pregnancy and early cognitive development of offspring. *Epidemiology* 15, 4, 394-402.
- Donath, H., C.R. Wessells, R.J. Johnston, F. Asche (2000):** Consumer preferences for ecolabelled seafood in the United States and Norway: a comparison. (Read: May 10, 2015). Retrieved from: oregonstate.edu/dept/IIFET/2000/papers/donath.pdf.
- Colombo, J., K.N. Kannass, D.J. Shaddy, S. Kundurthi, J.M. Maikranz, C.J. Anderson, O.M. Blaga, S.E. Carlson (2004):** Maternal DHA and the development of attention in infancy and toddlerhood. *Child Development*, 75, 4, 1254-1267.
- Erdogan, B.E., S. Mol, S. Cosansu (2011):** Factors influencing the consumption of seafood in Istanbul, Turkey. *Turkish Journal of Fisheries and Aquatic Sciences*, 11, 631-639.
- FAO (2009):** The state of world fisheries and aquaculture 2008. Rome: Food and Agriculture Organization of the United Nations.
- Gillespie, S.M., M.J. Houston (1975):** An analysis of seafood consumption patterns and product perceptions in Texas. (Read: May 22, 2015). Retrieved from: nsgl.gso.uri.edu/tamu/tamut75006.pdf.
- Grunert, K.G. (2005):** Food quality and safety: consumer perception and demand. *European Review of Agricultural Economics*, 32, 3, 369-391.
- He, S., S. Fletcher, A. Rimal (2003):** Identifying factors influencing beef, poultry, and seafood consumption. *Journal of Food Distribution Research*, 34, 1, 50-55.
- He, K., Y. Song, M.L. Davigliu, K. Liu, L. Van Horn, A.R. Dyer, P. Greenland (2004):** Accumulated evidence on fish consumption and coronary heart disease mortality: A meta-analysis of cohort studies. *Circulation*, 109, 2705-2711.
- Innis, S.M. (2003):** Perinatal biochemistry and physiology of long-chain polyunsaturated fatty acids. *The Journal of Pediatrics*, 143, 4, 1-8.
- Iso, H., M. Kobayashi, J. Ishihara, S. Sasaki, K. Okada, Y. Kita, Y. Kokubo, S. Tsugane (2006):** Intake of fish and n3 fatty acids and risk of coronary heart disease among Japanese: The Japan Public Health Center-Based (JPHC) Study Cohort I. *Circulation*, 113, 195-202.
- Kasper, H. (1988):** On problem perception, dissatisfaction and brand loyalty. *Journal of Economic Psychology*, 9, 3, 387-397.
- Kreider, C.R., C.M. Gempesaw, J.R. Bacon, U.C. Toensmeyer, A.J. Groff (1993):** An analysis of consumer perceptions of fresh fish and seafood in the Delmarva Region. *Journal of Food Distribution Research*, 24, 2, 37-48.
- Lebiedzinska, A., A. Kostrzewa, J. Ryskiewicz, R. Zbikowski, P. Szefer (2006):** Preferences, consumption and choice factors of fish and seafood among university students. *Polish Journal of food and nutrition sciences*, 15/56, 1, 91-96.
- Mason-Jenkins, G. (1991):** Consumer concerns about seafood. *Journal of Food Distribution Research*, 22, 1, 57-66.
- Nguyen, T.A., C. Picot, T.L. Tran, F.-G. Carpentier, A.-C. Roudot, D. Parent-Massin (2012):** Evaluation of shellfish consumption in Nha Trang City, Southern Coastal Vietnam. *Malaysian Journal of nutrition*, 18, 1, 37-45.
- Radman, M. (2005):** Consumer consumption and perception of organic products in Croatia. *British Food Journal*, 107, 4, 263-273.
- Seiders, K., G.B. Voss, D. Grewal, A.L. Godfrey (2005):** Do Satisfied Customers Buy More? Examining Moderating Influences in a Retailing Context. *Journal of Marketing*, 69, 4, 26-43.
- Simintiras, A., A. Diamantopoulos, J. Ferriday (1997):** Pre-purchase satisfaction and first time buyers behaviour: some preliminary evidence. *European Journal of Marketing*, 31, 11/12, 857-872.
- Sioen, I., J.V. Camp, F. Verdonck, W. Verbeke, F. Vanhonacker, J. Willems, S. De Henauw (2008):** Probabilistic intake assessment of multiple compounds as a tool to quantify the nutritional toxicological conflict related to seafood consumption. *Chemosphere*, 73, 6, 1056-1066.
- Swartz, W., U.R. Sumaila, R. Watson, D. Pauly (2010):** Sourcing seafood for the three major markets: The EU, Japan and the USA. *Marine Policy*, 34, 1366-1373.
- Wessells, C.R., J. Kline, J.G. Anderson (1996):** Seafood safety perceptions and their effects on anticipated consumption under varying information treatments. *Agricultural and Resource Economics Review*, 25, 1, 12-21.
- Wilcock, A., M. Pun, J. Khanona, M. Aung (2004):** Consumer attitudes, knowledge and behaviour: a review of food safety issues. *Trends in Food Science and Technology*, 15, 56-66.
- Zhang, X., L. House, S. Sureshwaran, T. Hanson (2004):** At-home and Away-from-home consumption of seafood in The United States. (Read: May 15, 2015). Retrieved from: http://www.researchgate.net/publication/23515489_At-Home_And_Away-From-Home_Consumption_Of-Seafood_In_The_United_States.

Dostavljeno: 25.11.2015.

Prihvaćeno: 14.1.2016.

Merkmale des Verbrauchs und Zufriedenheit der Kunden mit dem Angebot von frischen Meeresfrüchten

ZUSAMMENFASSUNG

Ziel dieser Arbeit war es, den Verbrauch von frischen Meeresfrüchten auf dem Zagreber Markt zu untersuchen und die Bedeutung einzelner Merkmale bei der Wahl von frischen Meeresfrüchten, die Einstellung der Verbraucher zu frischen Meeresfrüchten sowie die Zufriedenheit mit dem Angebot zu überprüfen. Die Ergebnisse der Befragung, an der 100 Verbraucher von frischen Meeresfrüchten aus Zagreb teilgenommen haben, zeigen, dass frische Meeresfrüchte verhältnismäßig selten verzehrt werden, beziehungsweise vorwiegend einmal monatlich. Zu den meist verzehrten Meeresfrüchten zählt Tintenfisch, gefolgt von Garnelen und vom Oktopus. Die wichtigsten Merkmale bei der Wahl von frischen Meeresfrüchten sind der Geschmack und die Frische. Die befragten Verbraucher halten frische Meeresfrüchte für eine gesunde, nahrhafte und relativ sichere Nahrung. Die Mehrheit der Befragten ist mit dem Angebot von frischen Meeresfrüchten verhältnismäßig zufrieden. Die Ergebnisse der Befragung zeigen, dass Frauen im Vergleich zu Männern häufiger frische Meeresfrüchte verzehren und zugleich auch höhere Ansprüche stellen. Mit dieser Untersuchung wurden wertvolle Informationen für die Entwicklung des Markts von frischen Meeresfrüchten in Zagreb gewonnen.

Schlüsselwörter: Häufigkeit der Konsumation, Bedeutung einzelner Merkmale bei der Wahl, Einstellungen, soziodemographische Merkmale der Befragten

Las características del consumo y la satisfacción con la oferta de los mariscos frescos

RESUMEN

El objetivo de esta investigación fue describir el consumo de los mariscos frescos en el mercado de Zagreb y también examinar la importancia de ciertas características para la elección de los mariscos tanto como investigar las actitudes de los consumidores ante los mariscos y la satisfacción con la oferta. Los resultados de la investigación hecha con la muestra de 100 consumidores de los mariscos frescos en Zagreb mostraron que el consumo de los mariscos frescos es relativamente poco frecuente, es decir una vez al mes. El calamar es el marisco fresco más consumado y sigue el consumo de gambas y pulpos. Las características más importantes para la elección de los mariscos frescos son el sabor y la frescura. Los consumidores encuestados piensan que los mariscos son sanos y nutritivos y que son la comida moderadamente segura. El mayor número de los encuestados está moderadamente satisfecho con la oferta de los mariscos frescos. Los resultados de la investigación indican que las mujeres son consumidores mayores y más exigentes que los hombre. Con esta investigación obtuvimos informaciones valiosas para el desarrollo del mercado de los mariscos frescos en la ciudad de Zagreb.

Palabras claves: frecuencia del consumo, importancia de ciertas características para la elección, actitudes, características sociodemográficas de los encuestados

Caratteristiche del consumo e soddisfazione dei consumatori rispetto all'offerta di frutti di mare freschi

SUNTO

Questa ricerca aveva come obiettivo la descrizione del consumo di frutti di mare freschi sul mercato zagabrese, la verifica dell'importanza delle singole caratteristiche nella scelta dei frutti di mare freschi, l'analisi dell'opinione dei consumatori verso i frutti di mare freschi e la loro soddisfazione riguardo all'offerta. I risultati della ricerca, che ha coinvolto un campione di 100 consumatori di frutti di mare freschi a Zagabria, hanno dimostrato che i frutti di mare freschi si consumano raramente, ossia, di norma, una volta al mese. Tra i frutti di mare freschi, i calamari sono la specie consumata più di frequente, seguiti dai gamberetti freschi e dal polpo. Le caratteristiche che incidono maggiormente nella scelta dei frutti di mare freschi sono il gusto e la freschezza. I consumatori intervistati ritengono i frutti di mare freschi un alimento sano, nutriente e mediamente sicuro. La maggioranza dei consumatori intervistati è mediamente soddisfatta dell'offerta di frutti di mare freschi. I risultati della ricerca hanno dimostrato che le donne, rispetto agli uomini, consumano più spesso questo genere di prodotti alimentari, oltre ad essere anche più esigenti. Grazie a questa ricerca, disponiamo di preziose informazioni per lo sviluppo del mercato dei frutti di mare freschi nella città di Zagabria.

Parole chiave: frequenza del consumo, importanza di singole caratteristiche nella scelta, opinioni, caratteristiche socio-demografiche degli intervistati

Alimentaria 2016
International Food and Drinks Exhibition

Register on-line. Save time and money.

The world's best Food, Drinks and Gastronomy Experience

BARCELONA, SPAIN
April 25th - 28th / 2016
Fira de Barcelona
Gran Via Venue
www.alimentaria-bcn.com

40 YEARS Alimentaria

Intercarn
_The think tank for the meat and meat products industry.

Alimentaria Exhibitions Fira Barcelona