

CONSUMER TESTING OF AUTOCHTHONOUS FOOD PRODUCTS IN BRODSKO-POSAVSKA COUNTY

ISPITIVANJE POTROŠAČA O AUTOHTONIM PREHRAMBENIM PROIZVODIMA NA PODRUČJU BRODSKO-POSAVSKE ŽUPANIJE

MARCETIC, Helena & JERKOVIC, Ivana

Abstract: *Autochthonous food products compete with other food products because of technological, nutritional and organoleptic specificities, with quality and uniqueness in the global market. This research how they really respected and well-known products showed that most respondents in the survey (Brodsko-posavska county) are poorly informed with our autochthonous food products and they have not tasted some of them. The best known and the best rated products in this area are slavonian sausage and plum brandy. This products are produce in this area.*

Key words: *autochthonous food products, consumer, Brodsko-posavska county*

Sažetak: *Autohtoni prehrambeni proizvodi zbog tehnoloških, prehrambenih i organoleptičkih specifičnosti, kvalitetom i posebnosti konkuriraju ostalim prehrambenim proizvodima na globalnom tržištu. Ispitivanje koliko su zaista cijenjeni i poznati autohtoni proizvodi vršeno u Brodsko-posavskoj županiji pokazalo je da su potrošači slabo upoznati s našim autohtonim proizvodima i da neke od njih nisu ni kušali. Najpoznatiji i najbolje ocijenjeni proizvodi u tom području su slavonski kulen i rakija šljivovica koji se na tom području i proizvode.*

Ključne riječi: *autohtoni prehrambeni proizvodi, potrošač, Brodsko-posavska županija*



Authors' data: Helena, Marčetić, dipl. ing. Kutjevo d.d., PJ Papuk, Industrijska 9, Požega, helenamarcetic@kutjevo.com; Ivana, Jerković, Veleučilište u Požegi, Vukovarska 17, Požega, ijerkovic@vup.hr

1. Uvod

Autohtoni prehrambeni proizvodi zbog tehnoloških, prehrambenih i organoleptičkih specifičnosti, kvalitetom i posebnosću konkuriraju ostalim prehrambenim proizvodima na globalnom tržištu. Autohtoni proizvodi se štite zemljopisnim oznakama zbog stvaranja identiteta i prepoznatljivosti i više cjenovne kategorije. Zaštita autohtonih proizvoda spada u zakonski definirano područje. Zemljopisne oznake su oznake na proizvodima koji posjeduju karakterističnu kvalitetu i reputaciju nastalu zahvaljujući utjecaju određenog mjesta podrijetla [2]. Započetim globalizacijskim procesima, koji nisu zaobišli niti jedan gospodarski sektor, pa tako ni poljoprivredu, kako na međunarodnom, tako i na hrvatskom tržištu, zavlada je velika konkurencija za plasmanom prehrambenih proizvoda. U toj borbi konkurentnost i tržište sve više su na cijeni dvije vrste proizvoda: ekološki (organski) i autohtoni proizvodi, odnosno proizvodi koji se odlikuju posebnom kakvoćom. S velikom sigurnošću može se utvrditi da se zemlje kao Republika Hrvatska najbolje mogu uklopiti na europsko tržište posebnom ekskluzivnošću svojih poljoprivredno-prehrambenih proizvoda, vrhunskom kvalitetom s ugrađenom dodatnom vrijednošću, ekološkim proizvodima, odnosno raznovrsnošću prepoznatljive ponude proizvoda i usluga poljoprivrednih gospodarstava. U Republici Hrvatskoj, radi njezinih klimatskih i zemljopisnih različitosti, takve prehrambene proizvode, čije posebne karakteristike proizlaze iz načina proizvodnje, vrijednosti sastojaka, prerade sirovina i podneblja iz kojih dolaze, potrebno je zaštititi oznakom tradicionalnog ugleda, izvornosti i zemljopisnog podrijetla. Na taj način bi autohtonim prehrambenim proizvodima višestruko porasla cijena, kao i globalna prepoznatljivost na tržištu Europske unije te osiguralo održiv i perspektivan razvitak poljoprivrede i ruralnih prostora u budućnosti [1]. Cilj ovog rada bio je istražiti koliko su zaista cijenjani i poznati domaći hrvatski autohtoni proizvodi i to na području Brodsko-posavske županije.

2. Prehrambeni autohtoni proizvodi

Vino Dingač je vrhunsko crno suho vino kontroliranog podrijetla, s iznimno raskošnim i osebnim bukeom, rubinskocrvene boje, fino naglašene sortne arome i harmonične punoće okusa. Dobilo je ime po predjelu - lokalitetu Dingač na poluotoku Pelješcu. Proizvodi se od autohtone sorte plavac mali crni, zasađenog na vinogradima na južnim i sunčanim strmim predjelima Pelješca [2]. Slavonski kulen je hrvatski originalni suhomesnati proizvod nastao sušenjem na dimu svinjskog crijeva koje je nadjeveno smjesom začina i fino isjeckanog odabranog mesa svinje posebno uzgojene za izradu slavonskog kulena. Ovaj proizvod zbog načina proizvodnje i pripreme te samog područja na kojem je njegova proizvodnja, proglašen proizvodom velike važnosti za regiju Slavonije i Baranje kao proizvod koji je obilježio svojim postojanjem povijest, tradiciju i kulturu življenja tog područja. Slavonski kulen je zaštitni znak Slavonije [3]. Paški sir je autohtoni sir zaštićenog geografskog podrijetla, nastao isključivo iz ovčjeg mlijeka domaće autohtone pasmine paške ovce i u čijem su postupku proizvodnje zadržane otočne tradicije i tajne proizvodnje još iz

doba Ilira. Posebnost mu daje mlijeko paške ovce, koje je osebujnog i posebnog okusa radi specifičnih agroklimatskih uvjeta i mješavine trava raznih okusa te soli u tlu i posolice koju nanosi karakteristična i česta zimska bura. Po svojim karakteristikama paški sir spada u kategoriju tvrdih ovčjih sireva i specijalitet je i delicija koji postiže izuzetnu cijenu na tržištu, a poznat je diljem Europe i svijeta [1]. Torkul je ekstra djevičansko maslinovo ulje proizvedeno obradom svježih maslina autohtonih sorti Lastovke i Drobnice (omjer 70:30%) iz maslinika Vele Luke, mjesta poznatog po višestoljetnoj tradiciji proizvodnje najkvalitetnijega maslinovog ulja. Pravodobnom berbom i preradom u istom danu postižu se vrhunska kemijska i organoleptička svojstva ekstra djevičanskog maslinovog ulja Torkul. Izrazito voćna aroma svježeg ploda masline s punoćom okusa uz blagu pikantnost pruža vrhunski doživljaj osjetilima mirisa i okusa. Posebno je izraženo svojstvo maslinovog ulja Torkul visoki sadržaj ukupnih polifenola, u prosjeku više od 300 mg/kg ulja, što ga u nutritivnom smislu čini visokovrijednom namirnicom [4]. Paški baškotin je vrsta tvrdog peciva, sličnog dvopeku, a proizvode ga isključivo časne sestre benediktinke u samostanu sv. Margarite u gradu Pagu. Baškotin je vrlo ukusan i posebne arome, može se jesti sam, ali je najbolji umočen u nešto slađu bijelu kavu. Baškotin je zaštićeni autohtoni prehrambeni proizvod koji nosi oznaku „izvornosti“ i koji se u paškome samostanu proizvodi puna tri stoljeća, a recept za taj specijalitet nikada nije izašao izvan zidina samostana [1]. Cetinski sir je autohtoni hrvatski prehrambeni proizvod, proizveden isključivo na području Cetinske krajine, od mlijeka životinja koje su napasane u gornjem i srednjem toku rijeke Cetine. Sirovinska osnova u proizvodnji sira je kravlje mlijeko (siva pasmina krava i buše) i ovčje mlijeko (izvorne pasmine pramenke). Cetinski sir je proizveden od mlijeka visoke kakvoće i ubraja se u skupinu punomasnih polutvrdih sireva [1]. Dalmatinski pršut je trajan suhomesnati proizvod od svinjskog buta s kosti, kožom i potkožnim masnim tkivom, bez zdjeličnih kosti, suho soljen morskom soli, dimljen blagim izgaranjem tvrdog drva bukve, hrasta ili graba te podvrgnut procesu sušenja i zrenja u trajanju od najmanje godinu dana [1]. Istarski pršut je trajni suhomesnati proizvod, koji se proizvodi iz buta teških zrelih svinja, primjenom tradicionalnog istarskog načina obrade buta, suhog soljenja i prešanja, odsoljavanja, sušenja i zrenja, uz dodatak prirodnih začina. To je autohtoni prehrambeni proizvod vrhunske kakvoće, bez sadržaja nitrata i nitrita u sebi, a nastaje polaganim sušenjem i zrenjem na zraku više od godinu dana bez dimljenja, što ga čini osebujnom i gastronomski vrijednom namirnicom [1]. Stara slavonska šljivovica ili "Slavonka" je jako alkoholno piće, proizvedeno na tradicijski način od prevrele komine zrelih plodova autohtone/zavičajne sorte šljiva "Bistrice", uzgajane, čuvane i pakirane isključivo na području Slavonije. "Slavonka" je kvalitetni ekološki čist proizvod. Proizvodi se na tradicijski način, u obiteljskim gospodarstvima kakav je bio stoljećima, i predstavlja, po kvaliteti i tradicijskome nasljeđu, proizvod najviše vrijednosti i zaštićenoga je zemljopisnog podrijetla. Ima posebna i specifična svojstva, koja ju razlikuju od drugih pića iste vrste od ostalog dijela RH. Karakterizira je pitkost i specifična aroma (miris i okus zrelih plodova šljive) te neznatno kiselkast i neznatno slatkast okus. Karakteristične je "zlatnožute boje dukata", s nijansama od zlatne-hrastove do

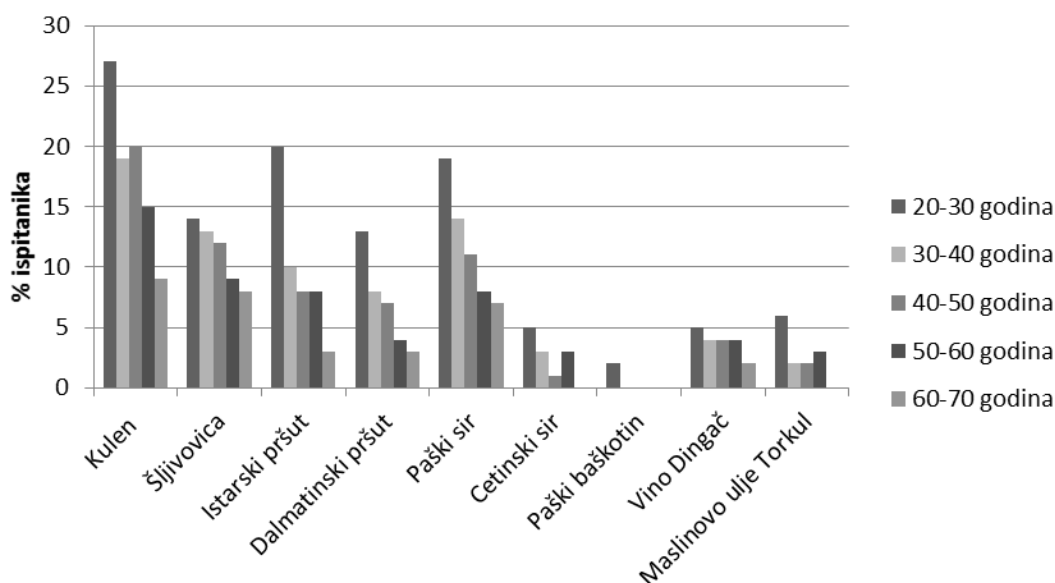
svijetložute boje. Ta su svojstva specifična samo za staru slavonsku šljivovicu koju karakterizira tehnološki proces s odležavanjem i oplemenjivanjem proizvoda kroz najmanje godinu dana u hrastovim bačvama te ju čini bezbojnom i bez aromatskih sastojaka koji nastaju kemijskim procesima između kemijskih sastojaka destilata i iscrpaka dužica bačvi [1].

3. Eksperimentalni dio

Za provedbu ovog ispitivanja osmišljena je anketa koja se sastojala od osnovnih pitanja o poznavanju autohtonih prehrambenih proizvoda. Anketa je provedena u Brodsko - posavskoj županiji, na uzorku od 100 ispitanika različite dobi i to u dobi od 20 – 70 godina. Ispitanici su podijeljeni u 5 skupina pod obi i to: 20 – 30 godina (31 ispitanik), 30 – 40 godina (22 ispitanika), 40 – 50 godina (22 ispitanika), 50 – 60 godina (15 ispitanika) i 60 – 70 godina (10 ispitanika).

4. Rezultati i rasprava

Koliko ispitanici poznaju autohtone proizvode u RH prikazano je na slici 1. Sve dobne skupine najviše poznaju kulen kao autohtoni proizvod, njih 85%. Najmanje ih poznaje paški baškotin, njih 0,6%. Dosta ispitanika poznaje šljivovicu (60%), paški sir (60%) i istarski pršut (45%).



Slika 1. Odgovori ispitanika ankete na pitanje: Koje sve autohtone prehrambene proizvode poznajete u RH?

U tablici 1 prikazano je mišljenje ispitanika o potrebi (želji) da se još neki proizvodi u RH registriraju kao autohtoni. Velika većina ispitanika je odgovorila potvrdno. Prema životnoj dobi, želju za registracijom još nekih autohtonih proizvoda imaju svi ispitanici od 50-60 godina. Iza njih slijede ispitanici od 30-40 i 60-70 godina (80% od ukupno ispitanih te dobi).

| Odgovor | 20-30 godina | 30-40 godina | 40-50 godina | 50-60 godina | 60-70 godina |
|---------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| DA | 25 | 20 | 18 | 15 | 8 |
| NE | 2 | 1 | 2 | 0 | 0 |
| NE ZNAM | 4 | 1 | 2 | 0 | 2 |

Tablica 1. Odgovori ispitanika ankete na pitanje: Mislite li da bi još neke proizvode u RH trebalo registrirati kao autohtone?

U tablici 2 prikazano je mišljenje ispitanika da li su naši autohtoni proizvodi dovoljno prepoznatljivi. Mišljenja su dosta izjednačena za odgovor DA i NE, s tim da mlađa populacija misli da su proizvodi prepoznatljivi, a starija populacija je mišljenja da nisu, te da treba još poraditi na promidžbi istih.

| Odgovor | 20-30 godina | 30-40 godina | 40-50 godina | 50-60 godina | 60-70 godina |
|---------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| DA | 15 | 9 | 10 | 5 | 4 |
| NE | 8 | 11 | 12 | 8 | 6 |
| NE ZNAM | 8 | 2 | 0 | 2 | 0 |

Tablica 2. Odgovori ispitanika ankete na pitanje: Mislite li da su hrvatski autohtoni proizvodi dovoljno prepoznatljivi?

Mišljenje ispitanika o tome da li naši autohtoni proizvodi vrijede toliko, da za njih plaćamo veću cijenu, prikazano je u tablici 3. Većina ispitanika smatra da naši autohtoni proizvodi zaslužuju višu cijenu (71%). Da naši autohtoni proizvodi ne zaslužuju višu cijenu smatra 21% ispitanika, a njih 8% odgovara NE ZNAM. Skoro svi ispitanici, bez obzira na životnu dob smatra da su naši proizvodi kvalitetniji od uvoznih što je prikazano u tablici 4.

| Odgovor | 20-30 godina | 30-40 godina | 40-50 godina | 50-60 godina | 60-70 godina |
|---------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| DA | 17 | 18 | 13 | 14 | 9 |
| NE | 10 | 4 | 6 | 0 | 1 |
| NE ZNAM | 4 | 0 | 3 | 1 | 0 |

Tablica 3. Odgovori ispitanika ankete na pitanje: Smatrate li da za hrvatske autohtone proizvode vrijedi platiti višu cijenu?

| Odgovor | 20-30 godina | 30-40 godina | 40-50 godina | 50-60 godina | 60-70 godina |
|---------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| DA | 31 | 22 | 20 | 14 | 10 |
| NE | 0 | 0 | 2 | 0 | 0 |
| NE ZNAM | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 |

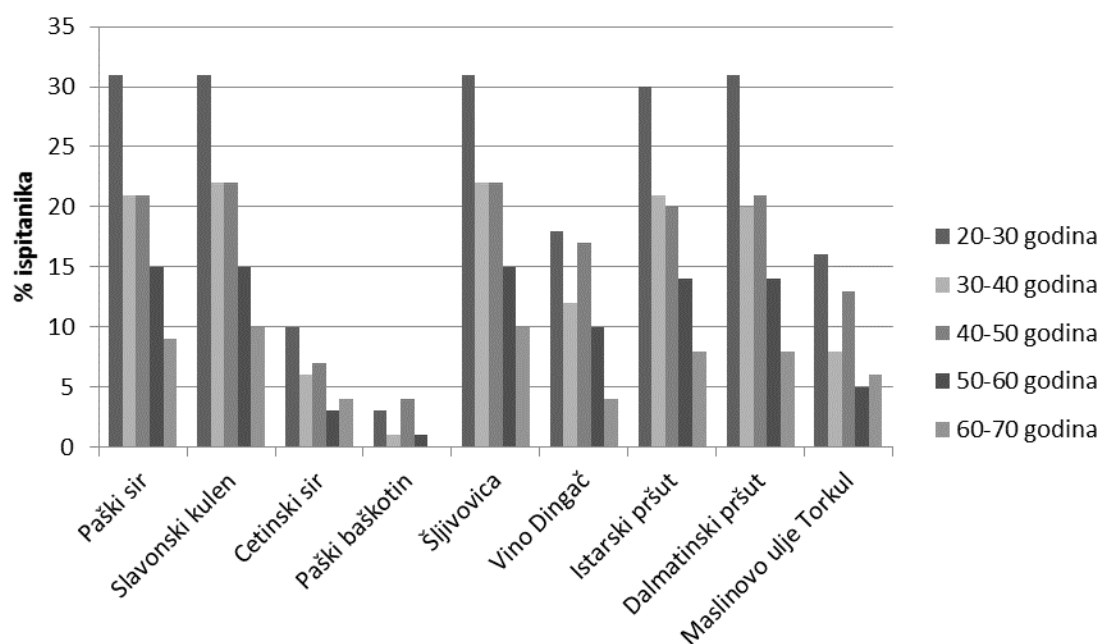
Tablica 4. Odgovori ispitanika ankete na pitanje: Smatrate li da su hrvatski proizvodi kvalitetniji od uvoznih?

Mišljenje ispitanika o tome da li su autohtoni prehrambeni proizvodi adekvatno zastupljeni u trgovačkim lancima prikazano je u tablici 5. Najveći dio ispitanika svih dobnih skupina odgovorio je negativno NE (67%). Odgovor NE ZNAM ponudilo je 23% ispitanika.

| Odgovor | 20-30 godina | 30-40 godina | 40-50 godina | 50-60 godina | 60-70 godina |
|---------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| DA | 1 | 5 | 1 | 2 | 1 |
| NE | 20 | 13 | 18 | 9 | 7 |
| NE ZNAM | 10 | 4 | 3 | 4 | 2 |

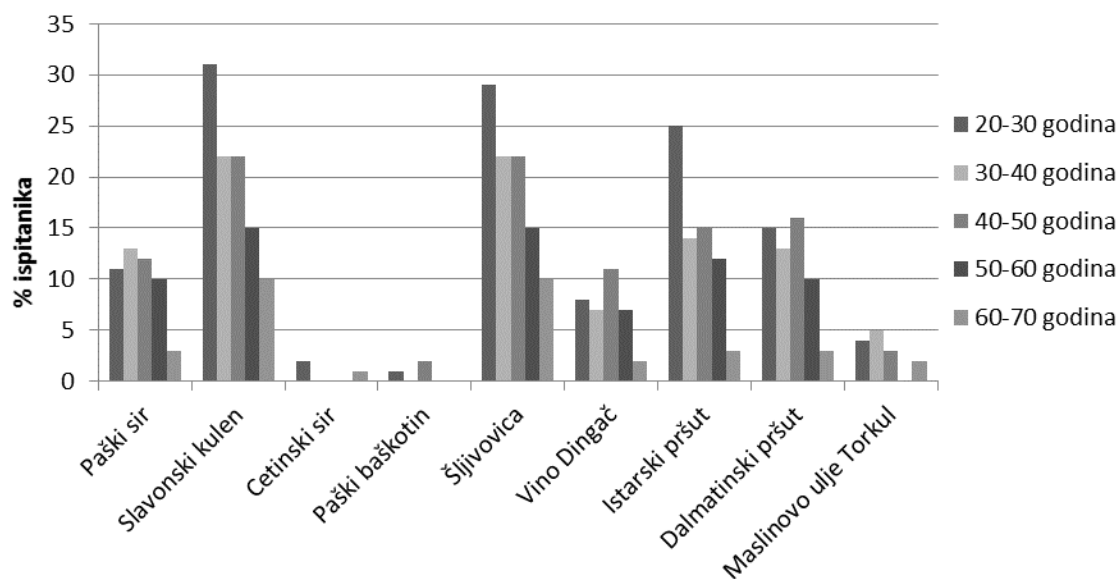
Tablica 5. Odgovori ispitanika ankete na pitanje: Mislite li da su hrvatski autohtoni proizvodi adekvatno zastupljeni u trgovačkim lancima?

Za koje su autohtone proizvode čuli, ispitanici su odgovorili kako je prikazano na slici 2. Sve dobne skupine su najviše odgovora dali za slavonski kulen (100%), paški sir (97%), dalmatinski pršut (94%) i istarski pršut (93%). Nekolicina je čula za cetinski sir (30%), dok je paški baškotin dosta nepoznat (9%).



Slika 2. Odgovori ispitanika ankete na pitanje: Za koje ste od navedenih autohtonih proizvoda čuli?

Na slici 3 se može vidjeti koje su autohtone proizvode ispitanici kušali. Svi ispitanici su kušali većinom sve proizvode osim cetinskog sira, paškog baškotina i maslinovog ulja Torkul.



Slika 3. Odgovori ispitanika ankete na pitanje: Koje ste od navedenih autohtonih proizvoda kušali?

5. Zaključak

Prema dobivenim rezultatima nakon provedene i analizirane ankete na području Brodsko-posavske županije može se zaključiti da su najpoznatiji i najbolje ocjenjeni proizvodi koji su upravo na tom području zastupljeni, a to su slavonski kulen i šljivovica. Većina hrvatskih regija poznata je po nekom od svojih autohtonih proizvoda i stoga ne iznenađuju rezultati ankete. Hrvatska ima još dosta proizvoda koji bi se mogli registrirati kao autohtoni proizvodi. Kada govorimo o kvaliteti, cijeni i zastupljenosti naših autohtonih proizvoda u trgovačkim lancima, dolazimo do zaključka da su naši proizvodi kvalitetniji od uvoznih, opravdano zaslužuju višu cijenu, te veću zastupljenost u trgovačkim lancima. Iz provedene ankete je vidljivo da Hrvati nisu upoznati sa svim našim autohtonim proizvodima, da neke od njih nisu kušali, stoga treba poraditi na promidžbi istih u Hrvatskoj, te im putem određenih sajmova, izložbi omogućiti kušanje proizvoda drugih regija. Iako proces registracije autohtonih proizvoda zahtjeva puno truda i upornosti, taj trud se isplati jer nam se otvaraju nova tržišta u zemljama EU.

6. Literatura

- [1] Bukvić, Ž.;Kralik, D.;Milaković, Z. (2007). *Hrvatski autohtoni proizvodi*. Poljoprivredni fakultet u Osijeku, 978-953-6331-55-0, Osijek, 26-80, 90-92.
- [2]<http://www.svijet-kvalitete.com/index.php/norme-i-hrana/autohtoni-proizvodi> (15-04-2016)
- [3] http://hr.wikipedia.org/wiki/Slavonski_kulen (20-04-2016)
- [4] <http://www2.hgk.hr/znakovi/izvorno/torkul.asp> (20-04-2016)

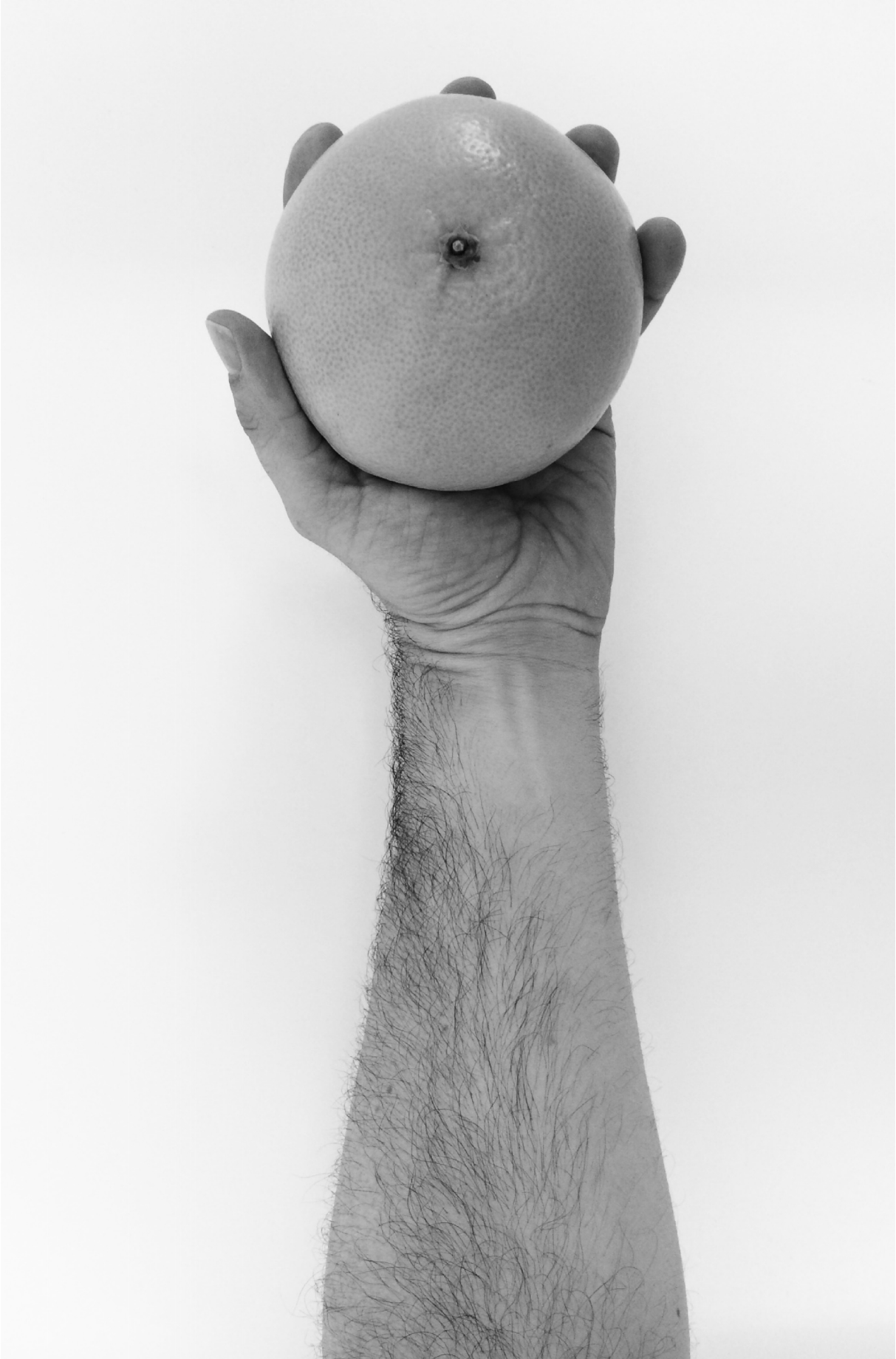


Photo 032. Citrus / Citrus