Ponašanje potrošača u konzumaciji kulena

Spajić, Josipa

Undergraduate thesis / Završni rad

2018

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj:
Josip Juraj Strossmayer University of Osijek, Faculty of Agrobiotechical Sciences Osijek / Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, Fakultet agrobiotehničkih znanosti Osijek

Permanent link / Trajna poveznica: https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:151:291410

Rights / Prava: In copyright / Zaštićeno autorskim pravom.

Download date / Datum preuzimanja: **2024-03-28**

Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku
Fakultet agrobiotehničkih znanosti Osijek

Repository / Repozitorij:

Repository of the Faculty of Agrobiotechnical Sciences Osijek - Repository of the Faculty of Agrobiotechnical Sciences Osijek

zir.nsk.hr

Image not found or type unknown

SVEUČILIŠTE JOSIPA JURJA STROSSMAYERA U OSIJEKU

FAKULTET AGROBIOTEHNIČKIH ZNANOSTI OSIJEK

Josipa Spajić

Preddiplomski stručni studij Agrarno poduzetništvo

Ponašanje potrošača u konzumaciji kulena

Završni rad

Vinkovci, 2018.

SVEUČILIŠTE JOSIPA JURJA STROSSMAYERA U OSIJEKU

FAKULTET AGROBIOTEHNIČKIH ZNANOSTI OSIJEK

Josipa Spajić

Preddiplomski stručni studij Agrarno poduzetništvo

Ponašanje potrošača u konzumaciji kulena

Završni rad

Vinkovci, 2018.

SVEUČILIŠTE JOSIPA JURJA STROSSMAYERA U OSIJEKU

FAKULTET AGROBIOTEHNIČKIH ZNANOSTI OSIJEK

Josipa Spajić

Preddiplomski stručni studij Agrarno poduzetništvo

Ponašanje potrošača u konzumaciji kulena

Završni rad

Povjerenstvo za ocjenu završnog rada:

1. Izv. prof. dr. sc. Tihana Sudarić, mentor
2. Prof.dr.sc.Ružica Lončarić, član
3. Prof.dr.sc.Ljubica Ranogajec, član

Vinkovci, 2018.

TEMELJNA DOKUMENTACIJSKA KARTICA

Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku
Fakultet agrobiotehničkih znanosti Osijek
Preddiplomski stručni studij Agrarno poduzetništvo

Završni rad

Josipa Spajić

Ponašanje potrošača u konzumaciji kulena

Sažetak:
Republika Hrvatska poznata je po mnogim autohtonim proizvodima poput paškog sira i dalmatinskog pršuta među koje se ubrajaju slavonski i baranjski kulen. U Narodnim novinama objavljen je Pravilnik o mesnim proizvodima u kojemu se nalaze sve potrebne informacije o proizvodnji kulena i gotovome proizvodu. Kulen je trajna kobasica koja se proizvodi kroz proces koji traje oko 5 mjeseci, tj. proizvodi se tehnološkim postupcima fermentacije, dimljenja, sušenja i dugotrajnog zrenja. Tovljenici od čijeg se mesa proizvodi Slavonski kulen moraju biti uzgojeni u Slavoniji i moraju biti stariji od 16 do 18 mjeseci te teški oko 150 kg. U završnom radu prikazani su rezultati istraživanja provedenog u četiri strane zemlje. Istraživanje je provedeno u svrhu upoznavanja potencijalnog tržišta za izvoz kulena i preferencija potrošača s navedenih tržišta. Kroz rezultate ankete upoznajemo neke od navika potrošača kao npr. koliko često konzumiraju kulen, gdje ga kupuju, što im je najvažnije pri odabiru kulena, što bi se desilo da se smanji cijena kulena, a što da dođe do povećanja osobnog dohotka itd. Temeljni cilj ovog rada je upoznati želje, potrebe i mogućnosti potrošača domaćeg, a i stranog tržišta zbog mogućeg izvoza na isto.

Ključne riječi: slavinski i baranjski kulen, trajna kobasica, istraživanje, anketa

26 stranice, 6 tablica, 6 slika, 7 literaturnih navoda

Završni rad je pohranjen: u Knjižnici Fakulteta agrobiotehničkih znanosti u Osijeku i u digitalnom repozitoriju završnih i diplomskih radova Fakulteta agrobiotehničkih znanosti u Osijeku.

BASIC DOCUMENTATION CARD

Josip Juraj Strossmayer University of Osijek
Faculty of Agrobiotechnical Sciences Osijek
Professional study Agricultural entrepreneurship

Final work

Consumer behavior in kulen consumption

Summary:
Republic of Croatia is famous about many autochthonous products like the Pag cheese or the Dalmatian prosciutto among which are counted the Slavonian and the Baranya Kulen. Regulations about meat products are published in the Narodne novine newspapers and they contain all the necessary informations about processing of the kulen and the final product. Kulen is a durable sausage which is produced through the process that lasts around five months, that is, it is being produced by tecnological processes of fermentation, smoking, drying and long-term ripening. Pigs, from which meat is produced Slavonian Kulen, need to be cultivated in Slavonia, between 16 and 18 months old and their waight must be arount 150 kg. In this thesis are shown results of the research conducted in four countries. The research is conducted for the purpose of getting to know the export market and the consumer preferences from those markets.. Through the results of the poll we get to know some of the habits of the consumers like: how often do they consume kulen, where do they buy it, what matters most to them while buying kulen, what would happen if the price of kulen decreases and what if the personal income increases etc. Main purpose of this paper is to get to know whises, needs and possibilities of the domestic market and also of the posible foreign export market due to possibility of exporting to them.

Keywords: Slavonian and the Baranya kulen, durable sausage, the research, the poll

26 pages, 6 tables, 6 figure, 7 references

Final work is archived in Library of Faculty of Agrobiotechnical Sciences in Osijek and in digital repository of Faculty of Agrobiotechnical Sciences in Osijek.

Sadržaj

1. UVOD 1
2. MATERIJAL I METODE 2
3. KARAKTERISTIKE KULENA I ZEMLJOPISNO PODRUČJE 3
4. TEHNOLOGIJA PROIZVODNJE KULENA 5
4.1. Obrada mesa 6
4.2. Usitnjavanje mesa i slanine 6
4.3. Miješanje i dodavanje začina 6
4.4. Nadijevanje 7
4.5. Vezanje sirovog kulena 7
4.6. Vješanje sirovog kulena 8
5. FERMENTACIJA, DIMLJENJE, SUŠENJE I ZRENJE KULENA 9
5.1. Karakteristike zrelog kulena 9
6. PRAVILNIK O MESNIM PROIZVODIMA 11
7. TRŽIŠTE KULENA U REPUBLICI HRVATSKOJ 13
8. ISTRAŽIVANJE TRŽIŠTA ZA IZVOZ 15
9. OBRADA ANKETE ISPITANIKA U VUKOVARSKO-SRIJEMSKOJ ŽUPANIJI 19
10. ZAKLJUČAK 22
11. POPIS LITERATURE 24

1. UVOD

Republika Hrvatska poznata je po mnogim autohtonim proizvodima među koje se ubraja i slavonski kulen čije ću karakteristike prikazati u ovom završnom radu kao i to što je bitno potrošačima u konzumaciji istoga.

Slavonski kulen trajna je kobasica koja se proizvodi tehnološkim postupcima fermentacije, dimljenja, sušenja i dugotrajnog zrenja. Tovljenici od čijeg se mesa proizvodi Slavonski kulen moraju biti uzgojeni u Slavoniji i moraju biti stariji od 16 do 18 mjeseci te teški oko 150 kg. Smatra se da se kulen proizvodi od početka 18. stoljeća da bi se meso od klanja sačuvalo za kasniju potrošnju. Proizvodnja kulena je danas značajan izvor prihoda za poljoprivredna gospodarstva. Mnoga istraživanja pokazuju da je potražnja na domaćem tržištu veća od ponude na istom. Najveći manjak ponude kulena na tržištu javlja se u zimskim mjesecima koji se javlja prvenstveno zbog sezonskog karaktera proizvodnje koja se također odvija kroz zimske dane.

U današnje vrijeme u Slavoniji se održavaju natjecanja gdje se ocjenjuje slavonski kulen - kulenijade i sve su posjećenija iz godine u godinu. Moja obitelj se bavi proizvodnjom kulena za vlastite potrebe te smo se 2016. godine prvi puta odlučili natjecati na kulenijadi da bi provjerili kvalitetu našeg kulena. Osvojene nagrade kroz tri godine natjecanja potaknule su nas na razmišljanje o otvaranju OPG-a i prijavi na natječaj za poticaj EU fondova.

U radu ću prikazati rezultate istraživanje tržišta za izvoz Slavonskog kulena koje su proveli Damir Kovačić, Marija Radman, Ante Kolega, Jerko Markovina, Danijel Karolyi te rezultate ankete koju je provela apsolventica Marija Knežević, uz stručnu pomoć mentora izv.prof.dr.sc. Igora Kralika u svrhu diplomskog rada na Poljoprivrednom fakultetu u Osijeku.

Temeljni cilj ovog rada je upoznati želje, potrebe i mogućnosti potrošača domaćeg, a i stranog tržišta zbog mogućeg izvoza na isto pomoću analize već provedenih anketa.

2. MATERIJAL I METODE

U radu su se koristile relevantne publikacije sekundarnih baza podataka, te su se primijenile individualna i deduktivna metoda kao i metode sinteze i analize, odnosno metode deskriptivne statistike.

Cilj rada je istražiti i opisati ulogu i značaj proizvodnje i konzumacije kulena kod potrošača. Izdiferencirati će se preferencije potrošača sa jedne strane kao i uspješnost poslovanja (proizvodnje kulena) s druge strane.

3. KARAKTERISTIKE KULENA I ZEMLJOPISNO PODRUČJE

Kulen se proizvodi na području Slavonije i Baranje, tj. istočne Slavonije gdje je jedan od identifikacijskih elemenata većine tamošnjih stanovnika. Slavonsko područje je od davnina pogodno za stočarsku proizvodnju, najviše se tu ističe svinjogojstvo. Hladne zime i niske temperature doprinose: dobrim prirodnim uvjetima za preradu i osiguranju da se meso neće pokvariti.

Smatra se da se kulen proizvodi od početka 18. stoljeća da bi se meso od klanja sačuvalo za kasniju potrošnju. Proizvodnja kulena je danas značajan izvor prihoda za poljoprivredna gospodarstva. Mnoga istraživanja pokazuju da je potražna na domaćem tržištu veća od ponude na istom. Jedan od rijetkih mesnih prerađevina s kojim svinjogojska poljoprivredna gospodarstva mogu biti konkurentna je upravo kulen. Neizostavan je dio slavonske tradicijske baštine te se posluživao samo u rijetkim i jako bitnim prilikama jer se prije klao mali broj svinja po kućanstvu pa se zbog toga čuvao za posebne prigode. Danas kada imamo sve veću kupovnu moć i proizvodnju kulen se sve češće servira gostima, klijentima, poslovnim partnerima itd. pa čak i poklanja.



Slika1. - Slavonski kulen
Izvor: vlastiti izvor

Do kraja 2013. godine u RH je zaštićeno 9 proizvoda sa **oznakom zemljopisnog podrijetla** i 6 proizvoda **oznakom izvornosti** (sukladno novim propisima usklađenim sa zakonodavstvom EU-a) među koje spadaju i Slavonski kulen i Baranjski kulen. Europska komisija odobrila je zahtjev da se „Slavonski kulen" / „Slavonski kulin" uvrsti u registar zaštićenih oznaka zemljopisnog podrijetla (ZOZP).

4. TEHNOLOGIJA PROIZVODNJE KULENA

Slavonski i baranjski kulen su tradicionalne trajne kobasice koje se proizvode tehnološkim postupcima fermentacije, dimljenja, sušenja i dugotrajnog zrenja. Priprema se od svinjskog mesa prve i druge kategorije, tvrde leđne slanine, kuhinjske soli, ljute i slatke začinske paprike i češnjaka te se nadjeva u svinjsko slijepo crijevo. Za razliku od Slavonskog kulena u nadjev Baranjskog kulena tradicionalno se dodaje i bijeli papar. Kulen je prema pravilniku o mesnim proizvodima (N. N. br. 131/12 (članak 15.)) trajna kobasica s minimalnim masenim udjelom proteina od 22% i maksimalnim masenim udjelom vode od 40%. (Kovačević, 2014.)

Proizvodnja kulena se obavlja prema tehnološkoj shemi koja je prikazana na slici 2. Sama proizvodnja se sastoji od mnogo tehnoloških operacija, počevši od odabira sirovine (svinje) i klanja, obrade trupa, šniranja i vješanja gotovog sirovog kulena.



Slika 2. - Tehnološka shema proizvodnje kulena
Izvor: Kovačević, 2014.

4.1. Obrada mesa

Svinjske polovice se hlade na maksimalnu temperaturu +4 °C u dubini buta. Nakon sto se polovice ohlade one se rasijecaju, iskoštavaju i na kraju se odstranjuju suvišne masnoće i vezivno tkivo. Za proizvodnju kulena izdvaja se meso po kategorijama:

- **I. kategorija:** but, leđa ili kare
- **II. kategorija:** plećka (lopatica) i vrat

4.2. Usitnjavanje mesa i slanine

Kao što sam navela na početku bitan dio kulena je i tvrda leđna slanina koja se priprema tako da se sa nje skida koža, orezuje meso i reže se na vrpce kao i meso. Nakon cjelokupne obrade mesa i tvrde leđne slanine slijedi usitnjavanje (mljevenje) i miješanje istih. Meso se melje na perforacije promjera 8 - 10 mm, a slanina na 6 mm. Usitnjeno meso i slanina se važu i miješaju (omjer 90/10) te im se mjeri pH čija je optimalna vrijednost < 5,7.

4.3. Miješanje i dodavanje začina

Nakon toga se dodaju kuhinjska sol i ostali začini. Temperatura prostorije u procesu proizvodnje kulena ne bi trebala prelaziti 10 °C. Omjeri kuhinjske soli i začina koji se najčešće dodaju prikazani su u tablici 1. Ukoliko je pH vrijednost veća treba u nadjev dodati 4 g/kg (0,4%) glukoze (dekstroza) ili nekog drugog šećera kao npr. laktoze ili maltodekstrina. (Kovačević, 2014.) Nadjev se miješa u miješalicama s posudom pod nagibom od 60°, mješačem u obliku lopatice te brzinom okretaja od maksimalno 30 okretaja u minuti pri čemu temperatura smjese treba biti između 0 i 4 °C, a pH vrijednost nadjeva ispod 5,7.

Tablica 1. - Najčešći maseni udjeli pojedinih dodataka i začina u nadjevu kulena

DODACI I ZAČINI	MASA DODATAKA I ZAČINA IZRAŽENA U % NA UKUPNU MASU NADJEVA
Kuhinjska sol	2,0%
Crvena ljuta paprika u prahu	0,45%
Crvena slatka paprika u prahu	0,45%
Češnjak češnjak u prahu	0,25%
Bijeli papar u prahu (dodaje se u Baranjski kulen)	0,1%

Izvor: Kovačević, 2014.

4.4. Nadijevanje

Gotov nadjev se puni isključivo u svinjsko slijepo crijevo pomoću punilice kojih ima više vrsta, a uglavnom se razlikuju prema kapacitetu i pogonu (hidrauličke i mehaničke). Najučinkovitije je pomoću vakuum punilica jer sprječavaju mnogo nepoželjnih posljedica. Crijeva moraju biti pravilno osušena i usoljena i neposredno prije upotrebe ih treba oprati od soli tako da se natope u toplu vodu s lukom što će pomoći i u uklanjanju neugodnih mirisa te se moraju ocijediti i osušiti prije upotrebe.

4.5. Vezanje sirovog kulena

Kada je kulen nadijeven onda se podvezuje konopcem od konopljinih vlakana. Konopac se isprepliće 3 - 5 moči oko kulena na svakih 4 -5 cm i na kraju se konopac sveže u čvor pogodan za vješanje. Tim postupkom postižemo jednolik raspored pritiska na nadjev i lijep vizualni izgled gotovog (suhog) kulena.

4.6. Vješanje sirovog kulena

Sljedeći korak u proizvodnom procesu jest vješanje sirovog kulena na „pritke“ kolica ili „pritke“ fiksirane u pušnicama seoskih domaćinstava. U domaćinstvima se sirovi kuleni vješaju na „pritke“ fiksirane u prostoriji za zrenje ili pušnici. (Kovačević, 2014.)



Slika 3. - Vješanje sirovog kulena na „pritke“ kolica
Izvor: Kovačević, 2014.

5. FERMENTACIJA, DIMLJENJE, SUŠENJE I ZRENJE KULENA

Nakon vezanja i vješanja kulenje se tako obješeno prenosi u komore zbog izjednačavanja temperature nadjeva, a traje otprilike dva dana. Tijekom fermentacije bakterije mliječne kiseline razgrađuju šećere i stvaraju mliječnu kiselinu koja snižava pH nadjeva. Struktura mišićnih vlakana postaje otvorenija, što pospješuje proces sušenja. odnosno difuziju vode prema površini kulena. (Kovačević, 2014.) Zatim slijedi dimljenje (2 tjedna po 3 - 4 sata dnevno) koje doprinosi specifičnom mirisu i okusu, boji i povećanju trajnosti kulena. Isto tako dimljenje sprječava smrzavanje kulena i tako osigurava daljnju fermentaciju i zrenje nadjeva te je pogodno za sušenje. Sušenjem se smanjuje količina vode u kulenu do 30%. Kada završi period dimljenja kulenje se premješta u komore gdje se suši i zrije 5 - 6 mjeseci uslijed čega se količina vode smanjuje ispod 40%. Kada prođemo sve te procese dobivamo zreli kulen koji je tada spreman za tržište i konzumaciju.

5.1. Karakteristike zrelog kulena

Nakon dugog perioda (više od 5 mjeseci) proizvodnje kulena dolazimo do proizvoda specifičnog okusa, mirisa i izgleda koji iz godine u godinu dobiva na vrijednosti i sve je prepoznatljiviji proizvod i na domaćem i na stranom tržištu. Neke od karakteristika zrelog kulena su:

- pH vrijednost između 5,2 i 5,6, a voda manja od 40%

- ovalan oblik i čvrsta konzistencija

- izvana svijetlosmeđe ili tamno smeđe boje

- u presjeku svijetlocrvene ili tamno crvene boje

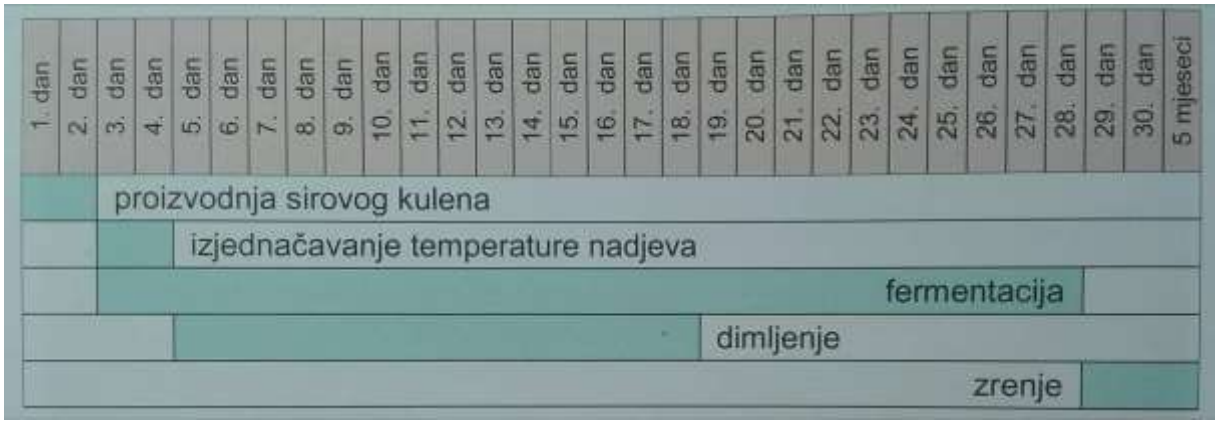
- na presjeku nema šupljina i pukotina

- karakterističan odnos masnog i mišićnog tkiva

- sastojci su ravnomjerno raspoređeni i međusobno čvrsto povezani

- blago ljut s specifičnim mirisom dimljenog mesa koji blago nadopunjuje češnjak (koji ne smije dominirati)

- mora biti zadovoljavajuće čvrstoće (ne smije se pod pritiskom ugibati, a ni savijati kada je pritisak s oba kraja)



Slika 4. - Vrijeme trajanja pojedinih tehnoloških procesa
Izvor: Kovačević, 2014.

6. PRAVILNIK O MESNIM PROIZVODIMA

Pravilnik o mesnim proizvodima objavljen je u Zagrebu, 19. studenoga 2012., a stupa na snagu osmog dana od dana objave u »Narodnim novinama«.[1]

Pravilnikom o mesnim proizvodima (N.N. br. 131/12) propisan je maksimalni udio vode u trajnim fermentiranim kobasicama (40%) te minimalni maseni udio bjelančevina mesa (16%), odnosno minimalno 22% u kulenu.

Za grupu proizvoda: 2. KOBASICE (Trajne kobasice), propisano je:

2.KOBASICE

Članak 12.

(Definicija)

(1) Kobasice su proizvodi od mesa, strojno otkoštenog mesa, iznutrica, krvi, masnog i vezivnog tkiva različitog stupnja usitnjenosti te dodatnih sastojaka.

(2) Kobasice se obrađuju na različite načine i konzerviraju odgovarajućim postupcima, a mogu biti punjene u prirodne ili umjetne ovitke ili bez ovitka.

(3) U slučaju da ovitak nije jestiv isto mora biti označeno.

(4) Na osnovi sastava, tehnološkog postupka proizvodnje i načina konzerviranja, kobasice se mogu proizvoditi kao: trajne kobasice, toplinski obrađene kobasice i svježe kobasice.

Trajne kobasice

Članak 13.

(Definicija)

(1) Trajne kobasice su proizvodi od mesa, masnog tkiva i dodatnih sastojaka koji se nakon obrade i punjenja podvrgavaju postupcima fermentacije, sušenja i zrenja sa ili bez dimljenja.

(2) Trajne kobasice su mesni proizvodi koji sadrže maksimalno 40% vode.

[1] Izvor: https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2012_11_131_2801.html

(3) Količina bjelančevina mesa u proizvodu mora biti minimalno 16%.

(4) Trajne kobasice se proizvode i stavljaju na tržište pod nazivima: kulen, zimska, čajna, srijemska ili pod drugim nazivima sukladno članku 5. stavku 3.ovoga Pravilnika.

Članak 14.

(Senzorska svojstva)

Trajne kobasice moraju ispunjavati sljedeće uvjete:

– ovitak mora dobro prianjati uz nadjev, a površina kobasice ne smije biti deformirana;

– nadjev na presjeku treba imati izgled mozaika sastavljenog od približno ujednačenih komadića mišićnog tkiva crvene boje i masnog tkiva bijele boje;

– sastojci nadjeva trebaju biti ravnomjerno raspoređeni i međusobno čvrsto povezani;

– na presjeku kobasice ne smije biti šupljina i pukotina;

– kobasica se mora lako narezivati.

Članak 15.

(Kulen)

(1) Kulen je proizvod od usitnjenoga svinjskog mesa, masnog tkiva, kuhinjske soli, aditiva, začina i ekstrakata začina, šećera, starter kultura, a može se dodati i do 10% goveđeg mesa. Nadjev se puni u prirodne ili umjetne ovitke. Ovitak kulena može biti presvučen plemenitom plijesni.

(2) Količina bjelančevina mesa u proizvodu mora biti minimalno 22%.

7. TRŽIŠTE KULENA U REPUBLICI HRVATSKOJ

Kulen je prepoznatljiv autohtoni proizvod kao i paški sir i dalmatinski pršut. Tovljenici od čijeg se mesa proizvodi Slavonski kulen moraju biti uzgojeni u Slavoniji i moraju biti stariji od 16 do 18 mjeseci te teški oko 150 kg.

Teži se ujednačenju kvalitete kulena kao autohtonog proizvoda, a nakon zaštite njegovoga imena i načina pripreme svi koji ga planiraju plasirati na tržište kao Slavonski kulen moraju se držati načina pripreme koji je propisan Pravilnikom o proizvodnji slavonskog kulena. Stupanjem na snagu Pravilnika o proizvodnji slavonskog kulena i Pravilnika o nadzoru proizvodnje i kvalitete poboljšava se ujednačenost kvalitete kao i izvozna svjetsko tržište. Budući da Slavonski kulen ispunjava uvjete utvrđene pravilima o preferencijalnom podrijetlu pri izvozu iz RH Europska unija na izvoz kulena ne bi naplaćivala carinu.

Veliki dio domaće svinjogojske proizvodnje postao je nekonkurentan zbog liberalizacije domaćeg tržišta hrane. Smatra se da se konkurentnost može povećati proizvodnjom premijskih proizvoda (među koje spada i slavonski kulen) namijenjenih za domaće tržište te za izvoz na strano. Raznim anketama i njihovim rezultatima se pokušava doći do spoznaje što potrošači preferiraju kada je riječ o organoleptičkim svojstvima kulena. One pomažu tehnolozima i olakšavaju im proizvodnju i nastanak konkurentnog proizvoda za koji će potrošači biti spremni izdvojiti dio novca. Ali problem je što je kod tradicijskih proizvoda ograničena mogućnost preinake na kvaliteti sirovina i na tradicijskim postupcima.

Slavonski kulen ima veću potražnju od ponude, a najveći manjak ponude javlja se preko zime. Nemogućnost kontinuirane opskrbe tržišta standardno kvalitetnim kulenom je najveći problem koji nastaje zbog: sezonske proizvodnje, pojave zračnih džepova, neujednačenosti proizvoda, odvajanja ovitka od nadjeva, suhoća, užeglost itd.

U današnje vrijeme se u Slavoniji održavaju natjecanja gdje se ocjenjuje slavonski kulen - kulenijade i sve su posjećenija iz godine u godinu. Moja obitelj se bavi proizvodnjom kulena za vlastite potrebe te se 2016. godine moj brat odlučio natjecati na kulenijadi u našem gradu Otoku. Zanimalo ga je kakve je kvalitete naš kulen i što bi trebalo popraviti. Predao je jedan uzorak koji je stručni žiri ocijenio i nagradio srebrnom medaljom, nakon čega je porazgovarao s njima o greškama i nedostacima koje je imao njegov kulen kako bi znao što treba popraviti za sljedeću godinu. Nakon što smo usvojili sve dobronamjerne

kritike i savjete stručnjaka 2017. godine smo predali jedan uzorak na njegovo ime, a jedan na moje. Tada smo osvojili šampionsko mjesto sa kulenom koji je bio upisan na moje ime, a srebrnu za drugi kulen. Nastavili smo proizvoditi kulen poput ovoga što je bio prijavljen na moje ime i s takvim kulenom se moj brat ove godine (2018.) natjecao na kulenijadi u Jagodnjaku i također osvojio šampionsko mjesto. Nakon odličnih rezultata i komentara stručnjaka brat i ja razmišljamo o otvaranju OPG-a, većoj proizvodnji nakon završetka fakulteta te prijavljivanju na natječaj za EU fondove kako bi ostvarili poticaj za daljnju proizvodnju. Zbog navedenih razloga krenuli smo se natjecati na kulenijadama kako bi imali zanimljivu priču o proizvodnji i da na neki način potencijali potrošači već znaju za nas i naše proizvode.



Slika 5. - Kulenijada 2017. u Otoku, šampionsko mjesto Josipa Spajić
Izvor: vlastiti izvor



Slika 6. - Kulenijada 2018. u Jagodnjaku, šampionsko mjesto Marko Spajić
Izvor: vlastiti izvor

8. ISTRAŽIVANJE TRŽIŠTA ZA IZVOZ

Istraživanje tržišta za izvoz Slavonskog kulena „Izvozni marketing Slavonskog kulena“[2] proveli su Damir Kovačić, Marija Radman, Ante Kolega, Jerko Markovina, Danijel Karolyi te su ga prezentirali na XI. međunarodnom simpoziju Stočarski znanstveni dani Poreč, 23. do 26. rujna 2003. godine. Cilj je bio procijeniti mogućnost izvoza Slavonskog kulena na strana tržišta (Njemačko, Austrijsko, Talijansko i Švicarsko). Istraživanje je provedeno Conjoint analizom. Svaki ispitanik kušao je i ocijeni tri uzorka kulena.

U testiranju su korištena tri tipa kulena koje možemo opisati slijedećim karakteristikama:

- kulen A: I i II kategorija mesa i slanina, industrijski dodatci, umjerena pikantnost i začinjenost, te 2-3 dima.

- kulen B: I i II kategorija mesa, prirodni dodatci, izražena pikantnost i začinjenost, 10 – 15 dimova,

- kulen C: I, II i III kategorija mesa i slanina, industrijski dodatci, srednje pikantan, 5 –6 dimova, prisutna mana kulena: nedovoljna zrelost.

Ispitanici su ocjene davali uz pomoću 5-stupanjske likertove skale (5 = potpuno odgovara, 1 = uopće ne odgovara). Testirano je 28 njemačkih potrošača, 24 talijanska i austrijska potrošača te 22 švicarska potrošača. Švicarcima, Austrijancima i Nijemcima najvažniji je način uzgoja životinja, a Talijanima sastav i dodaci proizvoda. Na švicarskom i njemačkom tržištu kontrola neovisne institucije u zemlji uvoznici ima veću važnost nego na talijanskom i austrijskom tržištu. Kod Talijana cijena ima najveću važnost, dok kod Švicaraca najmanju. (Tablica 2.)

[2] Izvor: https://www.researchgate.net/publication/237669351_Izvozni_marketing_Slavonskog_kulena_-_rezultati_istrazivanja_trzista

Tablica 2. - Važnost pojedinih obilježja kulena na ciljanim tržištima (%)

Obilježje	Nijemci	Austrijanci	Talijani	Švicarci
Sastav	12,66	12,58	22,27	15,31
Uzgoj	25,65	33,62	19,06	33,82
Dodatci	24,72	21,24	22,93	23,34
Kontrola	18,78	15,18	15,3	18,88
Cijene	18,19	17,40	20,4	8,64
Ukupno	100%	100%	100%	100%

Izvor: Kovačić i sur., 2002.

Sljedeće pitanje u istraživanju bilo je u vezi sa optimalnim konceptom kulena. Na svim ispitanim tržištima sastav kulena je meso, a najveću korisnost ima kod Talijana kao i prirodni dodatci. Slobodan uzgoj najvažniji je njemačkom tržištu, a neovisna kontrola švicarskom. Cijena kulena od 55€ na njemačkom i austrijskom tržištu pokazala je različite korisnosti, tj. veću korisnost ima na njemačkom tržištu. Dok je cijena od 35€ na talijanskom i švicarskom tržištu pokazala da je korisnost u minusu što znači da imaju najmanju namjeru za kupnjom kulena s tolikom cijenom.

Tablica 3. - Optimalna korisnost koncepta kulena

		Njemačka	Italija	Austrija	Švicarska
Temeljna korisnost		4,7134	5,9627	4,7521	5,2360
Parcijalne korisnosti	Sastav	Meso 0,2078	Meso 0,8820	Meso 0,0380	Meso 0,3769
	Uzgoj	Slobodni 2,0660	Slobodni 0,9041	Slobodni 1,7571	Slobodni 1,7535
	Dodatci	Prirodni 0,8141	Prirodni 1,0159	Prirodni 1,0159	Prirodni 1,2246
	Neovisna kontrola	Da 0,2986	Da 0,8141	Da 0,6325	Da 0,8575
	Cijena	55 €/kg 1,8104	35 €/kg -0,3279	55€/kg 0,7862	35€/kg -0,1521
Ukupna korisnost		9,9103	9,5158	8,9818	9,2964

Izvor: Kovačić i sur., 2002.

Testiranje kulena pomoglo je pri utvrđivanju najbolje „recepture“, učestalosti kupnje, cjenovni prag, poželjno mjesto kupnje i potrošnje i kupovne namjere. Austrijski, švicarski i njemački potrošači su pokazali znatno veću namjeru kupnje čak 2/3 ispitanika navedenih zemalja bi sigurno ili vjerojatno kupovali kulen. Potrošači na talijanskom tržištu su pokazali najmanju namjeru kupnje Slavonskog kulena.

Tablica 4. - Namjera kupnje Slavonskog kulena

	Potrošači*	Nepotrošači	Ukupno
Njemačka	71,40%	28,60%	100%
Austrija	66,60%	33,30%	100%
Italija	51,70%	48,30%	100%
Švicarska	71,40%	28,60%	100%

*Ispitanici koji su izjavili da bi sigurno ili vjerojatno kupovali kulen.

Izvor: Kovačić i sur., 2002.

„Idealan“ Slavonski kulen, prema izjavama njemačkih ispitanika trebao bi biti jače dimljen, čvrste konzistencije, srednje mastan, naglašeno začinjen, više sočan, više pikantan, malo kiselkast, srednje suh i bez metalnog okusa. austrijsko tržište preferiralo bi slijedeća obilježja: jače dimljen, čvrste konzistencije, manje mastan, jače začinjen, jače sočan, jače pikantan, bez kiselog i metalnog okusa, te srednje suh. Kulen za talijansku skupinu potrošača je umjereno dimljen, mekše konzistencije, gotovo bez mastan, manje začinjen i manje pikantan, srednje sočan i srednje suh, te bez kiselog okusa. Dok kulen za potencijalnu skupinu švicarskih potrošača je malo jače dimljen, čvršće konzistencije, srednje mastan, malo jače začinjen i pikantan, srednje sočan i srednje suh, te bez izraženog kiselog i metalnog okusa. (Kovačić i sur., 2002.)

Prema izjavama potrošača sa svih testiranih tržišta najviše se preferira kulen A nešto manje B, a najmanje C. Navedeni argumenti za preferirani kulen A su sljedeći: najboljeg sastava, najukusniji i najmanje pikantan. Potrošači još ističu da kulen A lijepo izgleda, ima dobar miris, da je mekan, da je jedinstven, tj. da je najbolji.

Također, ispitano je mjesto potrošnje kulena gdje su Kovačić i suradnici (2002.) došli do sljedećih rezultata. Većina ispitanika kulen bi konzumirali kod kuće. Na austrijskom tržištu je to reklo 100% ispitanih potrošača dok je na njemačkom, talijanskom i švicarskom to nešto manji postotak, točnije oko 94%. Restorane i posao kao mjesto potrošnje kulena preferiralo bi razmjerno mali udjel ispitanih potrošača. Veliki broj njemačkih ispitanika i dosta manji ostalih bi kulen konzumirali na izletima.

Tablica 5. - Mjesto potrošnje kulena

	Kuća	Restoran	Posao	Izlet
Njemačka	94,70	25,00	25,00	70,00
Austrija	100,00	25,00	0,00	25,00
Italija	93,30	26,70	0,00	33,30
Švicarska	93,30	0,00	13,30	26,70

Izvor: Kovačić i sur., 2002.

Najmanju cjenovnu spremnost su pokazali talijanski potrošači. Nešto manje od polovice ispitanika je spremno platiti do 25 eura / kg kulena, dok bi svega oko jedne trećine ispitanika platili do 35€ za kg kulena. Pet posto potrošača na njemačkom tržištu prihvaća cijenu od 45€ za kg Slavonskog kulena, dok je čak 18,8% austrijskih potrošača, koji su sudjelovali u testiranju, spremno platiti do 45€ za kilogram. Oko 6% austrijskih ispitanika bi platili do 55€ za kilogram. Na švicarskom tržištu nešto više od petine ispitanih prihvaća cijenu od 45€ za jedan kilogram Slavonskog kulena. Utvrđene cijene odnose se na cijene kulena u specijaliziranim prodavaonicama. (Kovačić i sur., 2002.)

9. OBRADA ANKETE ISPITANIKA U VUKOVARSKO-SRIJEMSKOJ ŽUPANIJI

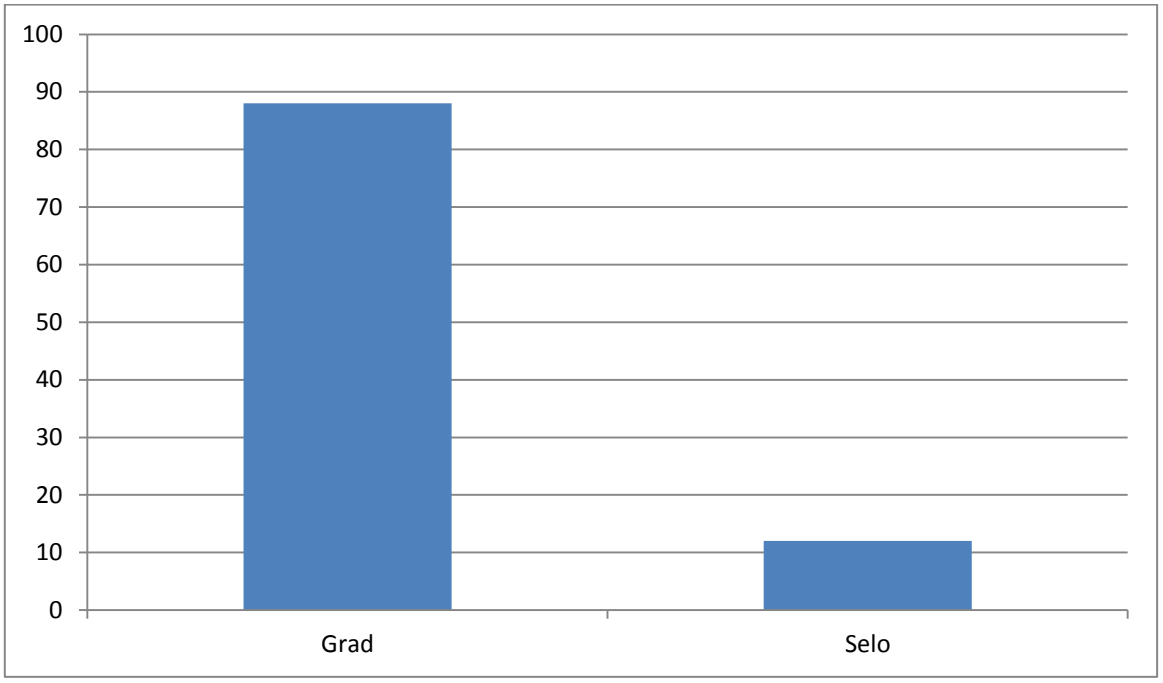
Slijedeće anketno ispitivanje provela je apsolventica Marija Knežević u svrhu svoga diplomskoga rada na Poljoprivrednom fakultetu u Osijeku. Tema rada bila je „Preferencije potrošača kulena na području Vukovarsko-srijemske županije“[3] iz čega odmah vidimo na kojem području je provedena anketa. Provedba anketnog ispitivanja trajala je od 8. do 20. Rujna 2015. godine na uzorku od 100 ispitanika.

Prvo pitanje odnosilo se na spolnu strukturu ispitanika, 38% ispitane populacije su muškarci, a 62% su žene.

Životna dob ispitanika je od 15 do 55 godina i više, najzastupljeniji su bili ispitanici od 25 i 35 godina kojih je bilo 43%, zatim 21% između 35 i 45 godina, 17% u dobi između 15 i 25 godina, 11% ispitanika u dobi od 55 i više godina te najmanji postotak onih u dobi između 45 i 55 godina.

Prosječan broj članova obitelji je 3, a prosječna obiteljska primanja iznose 5.000,00 kuna s tim da 5% ispitanika nije htjelo odgovoriti na postavljeno pitanje o visini dohotka.

Veliki broj ispitanika (88%) živi u gradu, a stalih 12% živi na selu.

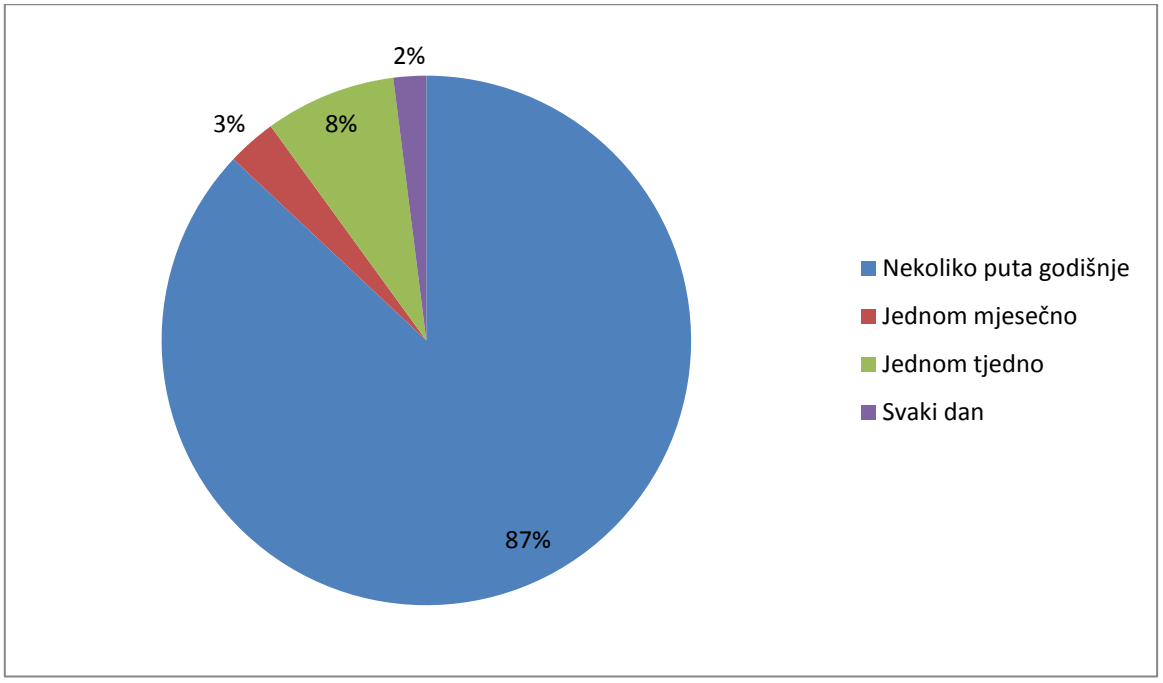


Grafikon 1. - Mjesto stanovanja ispitanika
Izvor: Knežević, 2016.

[3]Izvor: https://repozitorij.pfos.hr/islandora/object/pfos%3A627/datastream/PDF/view

Najveći broji ispitanika (70%) iz ankete ima srednju stručnu spremu, 18% visoku stručnu spremu, a najmanje zastupljeni (11%) su oni koji imaju višu stručnu spremu. To su neka od općih pitanja za ispitanike, kroz sljedeća pitanja ćemo upoznate navike odnosno ponašanje potrošača u konzumaciji kulena.

Prvo pitanje toga tipa odnosilo se na to koliko često konzumiraju slavonski kulen, veliki udio ispitanika od 87% odgovorilo je nekoliko puta godišnje. Jednom mjesečno njih 3%, jednom tjedno 8%, a samo dva 2% ispitanika kulen konzumira svaki dan.



Grafikon 2. - Učestalost konzumiranja kulena
Izvor: Knežević, 2016.

U sljedećem pitanju ispitanici su odgovarali na pitanje gdje najčešće kupuju kulen, a kao izbor odgovora su imali: vlastita proizvodnja, specijalizirane prodavaonice i trgovački centri.

Analiza odgovora pokazala je da većina ispitanika od 67% sami proizvode kulen, 17% njih kupuje u trgovačkim centrima, a 16% u specijaliziranim prodavaonicama. Zatim su se izjasnili zašto kupuju kulen na navedenim mjestima gdje je njih 52% odgovorilo da je to zbog navike, 29% zbog cijene, 11% zbog velikog izbora i 8% zbog blizine.

Kroz analizu najutjecajnijih čimbenika pri kupnji kulena vidimo da su se cijena i kvaliteta pokazali kao iznimno bitni s prosječnom ocjenom 5. Okus i porijeklo također imaju jednaku ocjenu (4,5), približnu važnost ima i proizvođač s prosječnom ocjenom 4. Dok se ambalaža pokazala kao najmanje bitan faktor pri kupnju kulena sa prosječnom ocjenom 2. (Tablica 6.)

Tablica 6. - Utjecaj čimbenika pri kupnji kulena

Čimbenici pri odluci o kupnji	Prosječna ocjena
Cijena	5
Kvaliteta	5
Okus	4,5
Porijeklo	4,5
Proizvođač	4
Ambalaža	2

Izvor: Knežević, 2016.

Proizvođače ohrabruju stavovi kupaca na provedenom istraživanju gdje su se ispitanici izjasnili da preferiraju tradicionalni slavonski kulen njih čak 97%.

Iz Tablice 6. vidimo da porijeklo ima nezanemarivu vrijednost pri kupnji kulena stoga se sljedeće pitanje odnosi na provjeru porijekla na deklaraciji pri samoj kupnji, 48,5% ispitanika to obavezno provjeri. Porijeklo ponekad provjerava 43,4% ispitanika,a njih 8,1% nikada ne provjerava porijeklo.

Zatim su se ispitale i preferencije o porijeklu gdje niti jedan glas nije dobio odgovor - strano tržište, najveći postotak od 84,8% je dobio odgovor - domaće tržište, a odgovor - svejedno mi je ima udio od 15,2%.

Na kraju same ankete provjeravala se cjenovna spremnost potrošača, tj. razina kupnje kulena u odnosu na smanjenje cijena i na povećanje osobnog dohotka. Ukoliko bi došlo do smanjenja cijena slavonskoga kulena 76% ispitanika bi nastavilo kupovati iste količine kao i do sada. Nešto manji udio ispitanika od 22% bi povećalo kupnju, dok bi 2% ispitanika kupovalo više drugih proizvoda osim kulena.
Također, kada bi došlo do povećanja osobnog dohotka 76% ispitanika opet bi kupovali iste količine kao i do sada, 19% bi kupovalo više kulena, a 5% bi kupovalo više drugih proizvoda. Prosječna ocjena značaja slavonskog kulena kao prehrambenog proizvoda na ljestvici od 1 do 5 iznosi 2.

10. ZAKLJUČAK

Slavonski i baranjski kulen kao trajne fermentirane kobasice prolaze kroz dugotrajan tehnološki proces obrade mesa. U radu je detaljnije opisano nekoliko tehnoloških procesa: obradu mesa, usitnjavanje mesa i slanine, miješanje i dodavanje začina, nadijevanje, vezanje sirovog kulena, vješanje sirovog kulena, fermentacija, dimljenje, sušenje i zrenje kulena, a svi koraci tehnološkog procesa proizvodnje su slikovno prikazani.

Postoje mnoga pravila o kulenu i njegovoj proizvodnji koja su objavljena u Narodnim novinama u Pravilniku o mesnim proizvodima. Najznačajniji uvjet za certificiranu proizvodnju Slavonskog kulena je da tovljenici namijenjeni za proizvodnju moraju biti uzgojeni u Slavoniji i moraju biti stariji od 16 do 18 mjeseci te teški oko 150 kg. Prema navedenom pravilniku definicija kulena glasi: „Kulen je proizvod od usitnjenoga svinjskog mesa, masnog tkiva, kuhinjske soli, aditiva, začina i ekstrakata začina, šećera, starter kultura, a može se dodati i do 10% goveđeg mesa.“

Domaće tržište ima veću potražnju za kulenom od ponude te zbog toga postoji sve više poticaja EU fondova i raznih kredita za raznovrsne poljoprivredne proizvodnje uključujući uzgoj svinja i preradu mesa. Najveći manjak ponude javlja se u zimskim mjesecima prvenstveno zbog sezonskog karaktera proizvodnje kulena. Zbog toga stručnjaci pokušavaju proizvođačima što više približiti prednosti automatiziranih komora za zrenje u kojima je kao i u cijelom pogonu za proizvodnju kulena moguće podesiti potrebne uvjete (temperaturu, vlažnost, strujanje zraka itd.) što omogućava proizvodnju i izvan sezone.

U istraživanju stranog tržišta, koje su proveli Kovačić i suradnici 2002. godine na potrošačima iz Njemačke, Austrije, Italije i Švicarske, ponuđena su tri uzorka kulena (kulen A, kulen B i kulen C) koja su kušali te se većina potrošači sa sva četiri tržišta opredijelila za kulen A. Navedeni argumenti za preferirani kulen A su sljedeći: najboljeg sastava, najukusniji i najmanje pikantan.

Austrijski, švicarski i njemački potrošači su pokazali znatno veću namjeru kupnje čak 2/3 ispitanika navedenih zemalja bi sigurno ili vjerojatno kupovali kulen. Potrošači na talijanskom tržištu su pokazali najmanju namjeru kupnje Slavonskog kulena.

Proizvođače ohrabruju stavovi kupaca iz provedene ankete gdje su se ispitanici izjasnili da preferiraju tradicionalni slavonski kulen, njih čak 97%.

Pri istraživanju preferencija potrošača o porijeklu niti jedan glas nije dobio odgovor - strano tržište, najveći postotak od 84,8% je dobio odgovor - domaće tržište, a odgovor - svejedno mi je ima udio od 15,2%. Ovaj podatak je jako bitan svim proizvođačima i onima koji to planiraju postati te bi im mogao biti poticaj za pokretanje proizvodnje suhomesnatih proizvoda odnosno Slavonskog kulena.

11. POPIS LITERATURE

Knjige:

- Kovačević, D. (2014.): Tehnologija kulena i drugih fermentiranih kobasica; Osijek
- Kovačević, D. (2004.): Sirovine prehrambene industrije (meso i riba); Osijek

Internetske stranice:

- https://www.hah.hr/potrosacki-kutak/jela-hrvatske-bastine/413-2/ (29.6.2018.)
- https://ec.europa.eu/croatia/news/slavonian_kulen_part_of_protected-geographical_indication_products_hr (29.6.2018.)
- https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2012_11_131_2801.html (2.7.2018.)

Istraživanja, radovi:

- Kovačić, D., Radman, M., Kolega, A., Markovina, J., Karolyi, D. (2002.). Izvozni marketing Slavonskog kulena -rezultati istraživanja tržišta- https://www.researchgate.net/publication/237669351_Izvozni_marketing_Slavonskog_kulena_-_rezultati_istrazivanja_trzista (6.7.2018.)
- Knežević, M. (2016.): Preferencije potrošača kulena na području Vukovarsko-srijemske županije. Poljoprivredni fakultet Osijek https://repozitorij.pfos.hr/ (7.7.2018.)