

4. konferenca z mednarodno udeležbo
Konferenca VIVUS – s področja kmetijstva, naravovarstva, hortikulture in floristike ter živilstva in prehrane
»Z znanjem in izkušnjami v nove podjetniške priložnosti«
20. in 21. april 2016, Biotehniški center Naklo, Strahinj 99, Naklo, Slovenija

4th Conference with International Participation

Conference VIVUS – on Agriculture, Environmentalism, Horticulture and Floristics, Food Production and Processing and Nutrition

»With Knowledge and Experience to New Entrepreneurial Opportunities«

20th and 21st April 2016, Biotechnical Centre Naklo, Strahinj 99, Naklo, Slovenia

Mnenje kupcev o svežem sadju in zelenjavi v Tuš centru Resman

Milena Maček Jerala

Biotehniški center Naklo, Slovenija, milena.jerala@bc-naklo.si

Janez Sušin

Kmetijski inštitut Slovenije, Biotehniški center Naklo, Slovenija, janez.susin@bc-naklo.si

Neža Resman

Tuš center Resman, Slovenija, nezaresman@gmail.com

Izvelek

Tuš Center Resman (TCR) je sodobno nakupovalno središče v Naklem. Namen raziskave je bil z anketo ugotoviti mnenje kupcev o ponudbi svežega sadja in zelenjave v TCR ter na podlagi tega oblikovati predloge za izboljšanje ponudbe v prihodnje. Anketni vprašalnik, ki je vseboval 20 vprašanj, je bil kupcem v TCR dan v izpolnjevanje med 15. julijem ter 15. avgustom 2015. Anketo je izpolnilo 120 kupcev. Rezultati ankete so pokazali, da so stranke večinoma zadovoljne s ponudbo sadja in zelenjave v TCR. Stranke so bile večinoma zadovoljne (1) s postavitvijo in načinom prodaje sadja in zelenjave v trgovini, (2) ceno in akcijskimi ponudbami izdelkov, (3) z oznakami porekla, (4) s pestrostjo ponudbe ter (5) svežino izdelkov. Večina anketiranih je menila, da v TCR ponudbe sadja in zelenjave ni potrebno spreminjati. Kljub temu je bilo predlagano, da bi ponudbo lahko izboljšali (1) z razširitvijo ponudbe domačega ali ekološko pridelanega sadja in zelenjave, (2) izboljšano vidljivostjo podatkov o izdelkih (poreklo, cena ipd.) ter (3) uvedbo tehtnice za samostojno tehtanje izdelkov.

Ključne besede: Tuš Center Resman, sadje, zelenjava, mnenje kupcev

Customers' opinion of fresh fruit and vegetables in the Tuš Centre Resman

Abstract

Tuš Centre Resman (TCR) is a modern shopping centre in Naklo. The objective of the research was to examine the customers' satisfaction about fruit and vegetables in the shopping centre TCR and to create suggestions for improvement in the future. A 20-questions survey was carried out in the TCR from July 15 to August 15 2015. 120 customers answered the questions. The survey showed that most shoppers are happy with the whole range of fruit and vegetables in the TCR. The shoppers are mostly happy (1) with the location and the sales way of fruit and vegetables, (2) with prices and special offer prices, (3) with designation of origin, (4) with product diversity and (5) with freshness. The majority of surveyed said, that in the TCR there is no need to change the fruit and vegetables offer. Anyway, I established that we could improve our offer (1) with diversification of home-grown or organic fruits and vegetables, (2) with improved visibility of product information (origin, price etc.) and (3) with self-service scale.

Key words: Tuš Centre Resman, fruit, vegetables, customer's opinion

1 Uvod

Tuš center Resman (TCR) je sodobno nakupovalno središče v Naklem, kjer se prepleta trgovska tradicija, prijaznost in ustrežljivost zaposlenih. Trgovina je bila odprta decembra 1998, vendar tradicija trgovine Resman sega že v leto 1876, ko je Simon Resman iz Mošenj kupil hišo "Pr Unk" in v njej uredil manjšo trgovino. TCR obsega dve etaži po 800 m², kjer v pritličju nudijo živilske izdelke s široko ponudbo pekovskih in delikatesnih izdelkov, še posebej pa so ponosni na veliko izbiro sadja in zelenjave. V podjetju je zaposlenih 15 oseb (Resman, 2015).

Sadje in zelenjava imata velik pomen v zdravi prehrani. Zaužili naj bi ju čim večkrat kot del obroka ali kot samostojni obrok. Zelo pomembno vlogo pri tem imata njuna kakovost in svežina, na kar so kupci v zadnjem času še posebej pozorni (Ministrstvo za zdravje, 2015).

Na prodajnem mestu morata biti sadje in zelenjava ustrezno označena. Pregled te zahteve je predmet nadzora v skladu s Pravilnikom o metodah inšpekcijskega nadzora, ki se uporabljajo za preverjanje skladnosti svežega sadja in zelenjave s tržnimi standardi v maloprodaji (Uradni list Republike Slovenije, 30/2011). Nadzor nad poreklom sadja in zelenjave določa tudi Zakon o inšpekcijskem nadzoru (Uradni list Republike Slovenije, 56/2002, 26/2007, 43/2007, 40/2014). Kontrola se nanaša na pregled morebitnih nepravilnosti glede označevanja, sledljivosti in kakovosti (Ministrstvo za kmetijstvo, gozdarstvo in prehrano, 2015). Glede nakupa svežega sadja in zelenjave ima potrošnik torej pravico vedeti izvor oziroma poreklo sadja in zelenjave (Zveza potrošnikov Slovenije, 2014).

Pomena kakovostnega in svežega sadja in zelenjave se zavedajo tudi v TCR. Zato pri njihovem delovanju poseben poudarek namenjamo temu, da bi bila kupcem na voljo kar se da kakovostno in sveže sadje in zelenjava. Ker pa je za njihovo delo pomembno tudi mnenje kupcev, smo v okviru diplomske naloge (Resman, 2015) izvedli anketo, s katero smo skušali ugotoviti mnenje kupcev o svežem sadju in zelenjavi v TCR. Namen raziskave je torej pridobiti odziv kupcev svežega sadja in zelenjave v TCR ter na podlagi rezultatov ankete oblikovati predloge, s katerimi bi storitev ponudbe sadja in zelenjave v TCR dodatno izboljšali. V članku so predstavljeni glavni poudarki omenjene raziskave.

2 Metode dela

2.1 Izvedba ankete

Anketna vprašanja smo oblikovali glede na to, kaj smo želeli izvedeti od strank, oziroma kupcev sadja in zelenjave. Anketa je vsebovala 20 vprašanj, vsebinsko pa smo jo razdelili v šest sklopov:

- splošne nakupovalne navade naših kupcev,
- videz oddelka za sadje in zelenjavo,
- ponudba sadja in zelenjave,
- kakovost storitve,
- cena,
- splošna ocena kakovosti sadja in zelenjave.

Z anketo smo skušali pridobiti informacije o navadah kupcev, o njihovem mnenju glede cene izdelkov, načina prodaje in kakovosti sadja in zelenjave. Anketiranje smo izvedli v času od 15. julija do 15. avgusta 2015. Blagajničarka v TCR je vsako stranko, ki je kupila sadje ali zelenjavo, prosila, da izpolni anketo. Anketo je v navedenem obdobju izpolnilo 120 kupcev, pri čemer na nekatera vprašanja vsi anketiranci niso dogovorili. Povprečna starost anketiranih je bila 41 let. Starostna struktura je bila zelo raznolika (od 17 do 81 let), prevladovali pa so anketirani, ki so bili stari med 31 in 50 let (49 %) (Resman, 2015).

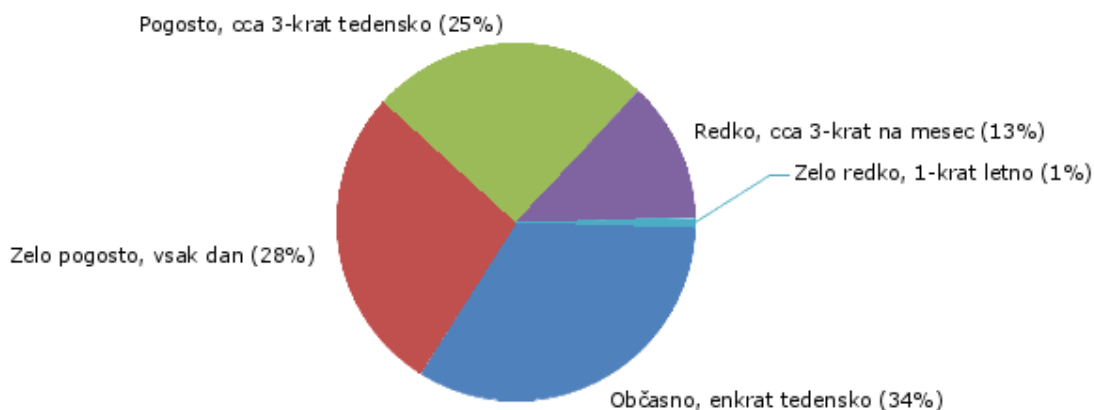
2.2 Vrednotenje in obdelava podatkov

Anketo smo izvedli v obliki anonimne pisne ankete. Po zaključku ankete smo na spletnem portalu EnKlikANKETA (1KA) oblikovali spletno anketo, v katero smo vnesli prejete odgovore strank. Spletna anketa 1KA je odprtokodna aplikacija, ki omogoča storitev spletnega anketiranja (EnKlikANKETA, 2015). Po vnosu vseh pisno pridobljenih odgovorov v spletno anketo 1KA je program podatke samodejno obdelal ter jih prikazal v obliki tabel in slik (Resman, 2015).

3 Rezultati

3.1 Splošne nakupovalne navade kupcev

Velik del anketiranih (73 %) doma prideluje sadje in zelenjavo, zgolj 27 % anketiranih pa tega doma ne počne. Največ anketiranih (34 %) v trgovini kupuje enkrat tedensko. Vsak dan kupuje 28 % anketiranih, 25 % anketiranih pa v trgovini kupuje trikrat tedensko. Redko (trikrat na mesec) kupuje 13 % anketiranih, zelo redko (enkrat letno) pa zgolj 1 % anketiranih.

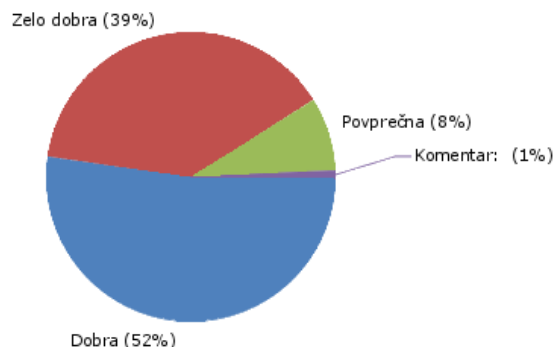


Slika 1: Kako pogosto kupujete v Tuš Centru Resman?

Skoraj vsi anketirani (99 %) poleg drugih živil v TCR kupujejo tudi sadje in zelenjavo. Na vprašanje glede postavitve sadja in zelenjave je 57 % anketiranih odgovorilo, da je postavitve zelo dobra. 36 % anketiranih je zatrdilo, da je postavitve dobra, a z nekaj pomanjkljivostmi, 7 % anketiranih pa je odgovorilo, da je postavitve povprečna.

3.2 Kakovost storitve ter kakovost sadja in zelenjave

Večina anketiranih (59 %) je menila, da je kakovost storitve prodajalcev sadja in zelenjave v TCR zelo dobra, 32 % jih je menilo, da je storitev dobra, 9 % anketiranih pa je menilo, da je storitev zadostna, oziroma povprečna. Kakovost sadja in zelenjave v TCR se je 39 % anketiranim zdela zelo dobra, dobra pa 52 % anketiranim. 8 % anketiranih se je kakovost svežega sadja in zelenjave zdela povprečna.

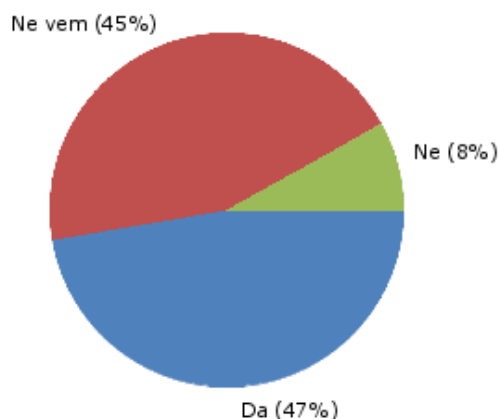


Slika 2: Kako bi ocenili kakovost svežega sadja in zelenjave?

Kar 91 % anketiranih je menilo, da sta zelenjava in sadje na polici sveža, 1 % anketiranih pa je menil obratno. Nekateri anketirani (8 %) so mnenje izrazili opisno: Menijo predvsem, da sadje in zelenjava občasno (a redko) nista sveža.

3.3 Ponudba sadja in zelenjave

Skoraj polovica anketiranih (47 %) je menila, da je v TCR dovolj izbire sadja in zelenjave slovenskega porekla, 8 % anketiranih je menilo drugače. Kar 45 % anketiranih svojega mnenja pri odgovoru na to vprašanje ni opredelilo.

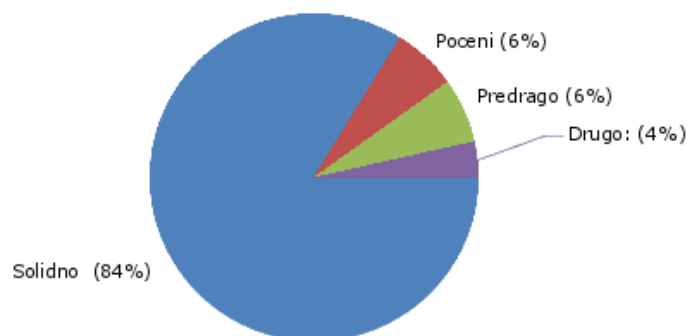


Slika 3: Ali je dovolj izbire sadja in zelenjave slovenskega porekla?

Slaba polovica anketiranih (45 %) je menila, da je ponudba ekološkega sadja in zelenjave dobra, 26 % anketiranih pa to ponudbo ocenilo celo kot zelo dobro. Kot zadostno je ponudbo ekološkega sadja in zelenjave ocenilo 25 %, kot slabo pa 4 % anketiranih.

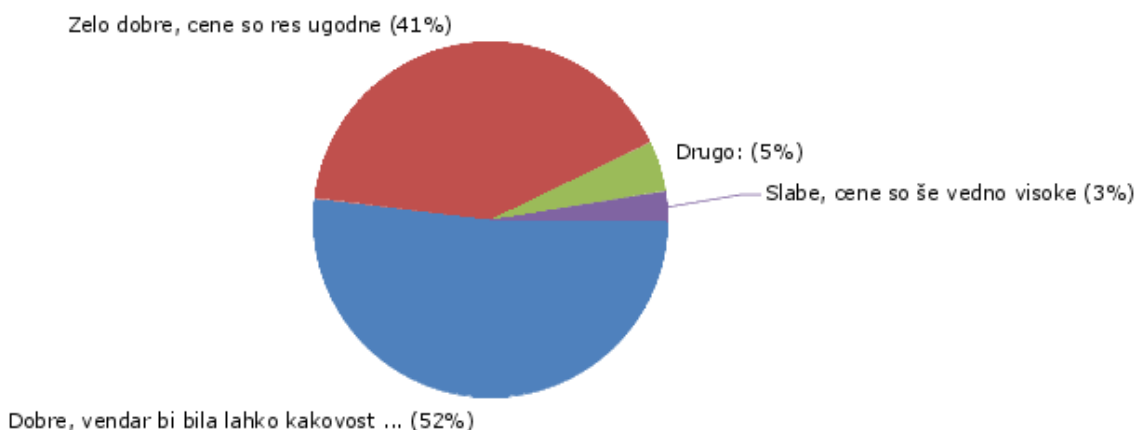
3.4 Cena

Velika večina anketiranih (84 %) je ceno sadja in zelenjave v TCR ocenila kot solidno. Da sta sadje in zelenjava poceni, meni 6 % anketiranih, enak delež pa meni, da je cena prevelika. Nekaj anketiranih (4 %) je mnenje izrazilo opisno: Menili so, da o tem ne morejo soditi, saj ne poznajo cen v konkurenčnih trgovinah, da sta kakovostna sadje in zelenjava razumljivo vedno dražja ter da je kakovost pomembnejša od cene. Nekateri so tudi menili, da so cene ugodnejše kot v konkurenčnih trgovinah.



Slika 4: Kako bi komentirali cene sadja in zelenjave?

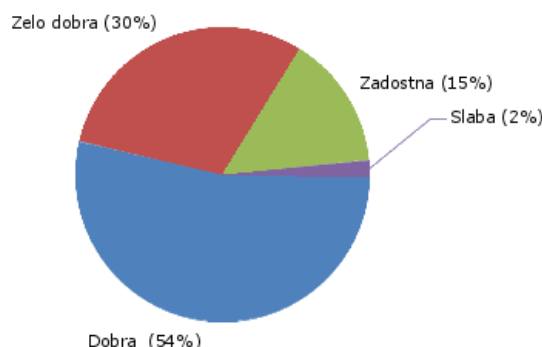
Velika večina anketiranih (96 %) sadja in zelenjave ne kupuje izključno v akcijskih ponudbah, veliko manjši del (4 %) pa jih kupuje izključno v akciji. Glede akcijskih ponudb sadja in zelenjave je 41 % anketiranih menilo, da so akcijske ponudbe zelo dobre, cene pa res ugodne. Največ anketiranih (52 %) je sicer menilo, da so akcijske ponudbe dobre, vendar bi bila kakovost lahko boljša. Manjši del anketiranih (3 %) je menil, da so akcijske ponudbe sadja in zelenjave slabe, cene pa še vedno visoke. Posamezniki (3 %) so mnenje izrazili opisno: Nekateri od njih ne kupujejo izdelkov v akciji, drugi večjo pozornost namenjajo kakovosti in ceni, nekateri pa akcijskih ponudb niti ne opazijo.



Slika 5: Kako ocenjujete akcijske ponudbe sadja in zelenjave?

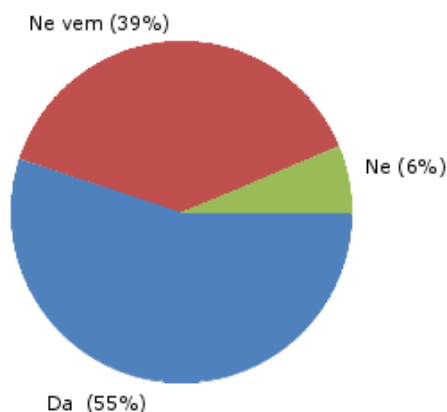
3.5 Splošna ocena ponudbe sadja in zelenjave

Način prikaza cen za sadje in zelenjavo je 30 % anketiranih ocenilo kot zelo dobro, 54 % pa kot dobro. Kot zadostno je prikaz cen ocenilo 15 %, kot slabo pa 2 % anketiranih.



Slika 6: Kako bi ocenili način prikaza cen za sadje in zelenjavo?

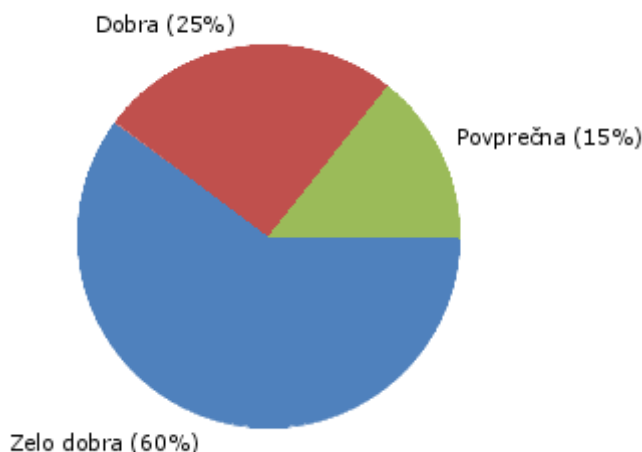
Večina anketiranih (55 %) je menila, da je poreklo sadja in zelenjave v TCR dovolj jasno razvidno, obratno pa je menilo 6 % anketiranih. Mnenja o tem ni izrazilo 39 % anketiranih.



Slika 7: Ali je poreklo sadja in zelenjave dovolj razvidno?

Večini anketiranih (55 %) je všeč, da sadje in zelenjavo stehta uslužbenec TCR, 35 % anketiranih pa je odgovorilo, da jim je vseeno, kdo tehta in izbira sadje in zelenjavo. 11 % anketiranih je menilo, da bi si sadje in zelenjavo raje izbrali in tehtali sami.

Na splošno je ponudbo sadja in zelenjave v TCR 60 % anketiranih ocenilo kot zelo dobro, kot dobro pa 25 % anketiranih. 15 % anketiranih je to ponudbo ocenilo kot povprečno.



Slika 8: Kako ocenjujete ponudbo sadja in zelenjave v Tuš Centru Resman?

71 % anketiranih je menilo, da ponudbe sadja in zelenjave v TCR ni potrebno spremeniti, saj je le-ta že sedaj dobra. Četrtnina anketiranih (25 %) o tem ni izrazila mnenja. Nekateri anketirani (4 %) so mnenje izrazili opisno. Menili so, da bi v ponudbo morali vključiti več izdelkov ekoloških kmetij ter več lokalno pridelane hrane.

4 Razprava

Rezultati ankete so pokazali, da so anketirani večinoma (57 %) zadovoljni s postavitvijo sadja in zelenjave v TCR. Razveseljuje dejstvo, da je kar 91 % anketiranih ocenilo, da je kakovost sadja in zelenjave dobra ali celo zelo dobra, popolnoma enak odstotek anketiranih pa meni tudi, da sta sadje in zelenjava na policah TCR ustrezno sveža. Glede na to, koliko je v javnosti govora o pomenu izdelkov

slovenskega porekla, preseneča dejstvo, da kar 45 % anketiranih ni izrazilo mnenja o tem, ali imamo v TCR dovolj velik delež sadja in zelenjave slovenskega porekla.

S ponudbo ekološko pridelanega sadja in zelenjave anketirani v TCR niso povsem zadovoljni, saj menijo, da bi to ponudbo lahko razširili in izboljšali. Kot zelo dobro je ekološko ponudbo sadja in zelenjave ocenilo zgolj 26 % anketiranih. Za trgovce problem v tem pogledu predstavlja predvsem ohranjanje ustrezne svežine in videza, saj je ravnanje z ekološkimi sadjem in zelenjavo občutljivejše, pa tudi njihov videz ni vedno najlepši, kar vpliva na prodajo.

Cenovni razpon sadja in zelenjave je v TCR relativno velik. Veliko stvari je zelo ugodnih, nekaj tudi obratno. Iz rezultatov ankete je razvidno, da so anketirani s cenami v povprečju zadovoljni, saj jih je zgolj 6 % menilo, da se cene previsoke. Zato ne preseneča dejstvo, da kar 96 % anketiranih sadja in zelenjave ne kupuje zgolj v akcijskih ponudbah. Je pa zanimivo, da je 52 % anketiranih menilo, da so akcijske ponudbe dobre, a bi bila kakovost lahko tudi boljša.

Nekoliko manj so bili anketirani zadovoljni z načinom postrežbe oziroma s tehtanjem sadja in zelenjave, saj v TCR sadje in zelenjavo tehta in izbira nekdo od zaposlenih, ki je tam ves čas prisoten. S tem se izognemo pretiranemu izbiranju in tipanju posameznih kosov sadja in zelenjave. S takim načinom postrežbe ni bilo zadovoljnih 11 %, 35 % anketiranih pa je odgovorilo, da jim je vseeno, kdo izbira in tehta sadje in zelenjavo.

Rezultati ankete so pokazali, so kupci v TCR večinoma zadovoljni s ponudbo sadja in zelenjave. To potrjuje 60 % anketiranih, ki menijo, da je splošna ponudba sadja in zelenjave v TCR zelo dobra, 25 % anketiranih pa je to ponudbo ocenilo kot dobro. Posledično je 71 % anketiranih menilo, da ponudbe v prihodnje ni potrebno spreminjati.

5 Sklepi

Rezultati ankete so pokazali, da so stranke v TCR večinoma zadovoljne s ponudbo sadja in zelenjave. Pri tem mislimo predvsem na postavitev in način prodaje sadja in zelenjave v trgovini, na ceno in akcijske ponudbe izdelkov, na oznako porekla, na pestrost ponudbe ter na svežino izdelkov. Kljub temu pa smo iz nekaterih posameznih odgovorov razbrali nekaj predlogov za dodatno izboljšanje ponudbe sadja in zelenjave v TCR:

- razširiti ponudbo domačega ali ekološko pridelanega sadja in zelenjave (povezati se s čim več lokalnimi pridelovalci),
- izboljšati vidljivost podatkov o izdelkih (poreklo, cena ipd.),
- uvesti tehtnico za samostojno tehtanje izdelkov.

Nekatere predloge iz ankete bo TCR skušal vpeljati v vsakdanje delo v trgovini ter na ta način še dodatno zadovoljiti potrebe in želje kupcev.

Literatura in viri

EnKlikANKETA. IKA. (online). 2015. (citirano 15. 10. 2015). Dostopno na naslovu: <https://www.1ka.si>.

Ministrstvo za kmetijstvo, gozdarstvo in prehrano. *Varnost, kakovost, nadzor in označevanje*. (online). 2015. (citirano 15. 9. 2015). Dostopno na naslovu: http://www.mkgp.gov.si/si/delovna_podrocja/promocija_lokalne_hrane/lokalno_pridelana_zelenjava/v_arnost_kakovost_nadzor_in_oznacevanje/.

Ministrstvo za zdravje. *Portal prehrana: Zakaj moramo jesti sadje in zelenjavo.* (online). 2015. (citirano 11. 10. 2015). Dostopno na naslovu: <http://www.nutris.org/prehrana/abc-prehrane/splosno/87-zakaj-moramo-jesti-sadje-in-zelenjavo.html>.

Pravilnik o metodah inšpekcijskega nadzora, ki se uporabljajo za preverjanje skladnosti svežega sadja in zelenjave s tržnimi standardi v maloprodaji. *Uradni list Republike Slovenije*, 30 (2011).

Resman, N. *Analiza mnenja kupcev o svežem sadju in zelenjavi v Tuš centru Resman.* Diplomaska naloga višjega strokovnega izobraževanja. Strahinj, 2015.

Zakon o inšpekcijskem nadzoru. *Uradni list Republike Slovenije*, št. 56 (2002), 26 (2007), 43 (2007), 40 (2014).

Zveza potrošnikov Slovenije. *Potrošniki želimo vedeti: označevanje porekla oziroma izvora živil.* (online). 2014. (citirano dne 18. 9. 2015). dostopno na naslovu: <https://www.zps.si/index.php/hrana-in-pijaa-topmenu-327/oznaevanje-ivil-topmenu-328/6841-potrosniki-zelimo-vedeti-oznacevanje-porekla-oziroma-izvora-zivil>.