



PREFERENCE PŘÍCHUTÍ JOGURTŮ MEZI MLADÝMI SPOTŘEBITELI

*Eva Samková, Lucie Hasoňová, Julie Čásenská,
Robert Kala, Zuzana Bártová*

*Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích, Zemědělská
fakulta, Studentská 1668, 370 05 České Budějovice*

Preferences of yoghurt with flavouring among young consumers

Abstrakt

Kritéria výběru kysaných mléčných výrobků, zejména jogurtů, byla hodnocena u vysokoškolských studentů. Cílem bylo posoudit nejen oblíbenost jednotlivých příchutí, ale také nabídku v tržní síti. Průzkum sortimentu kysaných mléčných výrobků byl prováděn vlastním šetřením ve třech hypermarketech v Jihočeském kraji. Za účelem získání potřebných dat o oblíbenosti jednotlivých příchutí byl vytvořen jednoduchý dotazník. Celkem se dotazníkového šetření zúčastnilo 400 respondentů (věkové rozmezí 20-30 let). Ze zjištěných výsledků vyplývá, že nejvíce oblíbené jsou jogurty s kusem ovoce (51 %), nejoblíbenější příchutí je jahoda (50 %).

Klíčová slova: kysané mléčné výrobky, jogurt, preference

Abstract

Selection criteria of fermented dairy products, especially yoghurt, was evaluated by university students. The aim was not only to assess the popularity of particular flavours, but also the offer on a market. Survey range of fermented dairy products was realized by own inquiry in three hypermarkets in the South Bohemia. In order to obtain the necessary data about the popularity of each flavour was created simple questionnaire. In the questionnaire survey was partici-

pated in total of 400 respondents (age range 20-30 years). The results showed that the most favourite yoghurts are with pieces of fruit (51%), the most favourite flavour was strawberry (50%).

Keywords: fermented milk products, yoghurt, preferences

Úvod

Kysané mléčné výrobky jsou nedílnou součástí výživy člověka, přičemž za nejoblíbenější bývá považován jogurt. Je to způsobeno především tím, že na trhu je velké množství druhů a příchutí, díky čemuž i ten nejnáročnější spotřebitel může uspokojit své potřeby (Routray a Mishra, 2011).

Výběr potravin spotřebiteli je komplexní jev ovlivněný mnoha faktory, které lze rozdělit do tří hlavních skupin. Do první skupiny patří faktory, týkající se výrobků, jako jsou fyzikální a chemické vlastnosti, sensorická kvalita (vůně, chuť, textura) a balení výrobků. Do druhé skupiny patří faktory související se spotřebiteli, jako je věk, pohlaví, vzdělání, a psychologické faktory, zatímco třetí skupina se týká životního prostředí, a zahrnuje ekonomické, kulturní, popř. sociální faktory (Pohjanheimo a Sandell, 2009).

Každý spotřebitel - zákazník je jiný, proto se také při nakupování každý rozhoduje jinak, pod vlivem konkrétní situace a nabídky (Foret, 2005). Všeobecně není jednoduché předvídat chování jednotlivce, ale v souhrnu se dá mnohem lépe předvídat chování skupin zákazníků (Smith, 2000).

Mezi rozhodující faktory výběru dlouhodobě patří: cena, jakost, značka a marketing (Hes, 2008). Bayarri et al. (2010) zmiňují i další důležité faktory, jako je například názor spotřebitelů na nutriční vlastnosti, složení výrobku nebo jeho zdravotní nezávadnost. Podle Ondráčkové (2015) je klíčovým parametrem při nákupu potravin kvalita a doporučení.

Cílem této práce bylo posoudit nabídku kysaných mléčných výrobků (zejména jogurtů) v tržní síti a vyhodnotit oblíbené příchutě jogurtů u vysokoškolských studentů v závislosti na pohlaví.

Materiál a metodika

Průzkum sortimentu kysaných mléčných výrobků (zejména jogurtů) byl prováděn vlastním šetřením ve třech obchodních řetězcích Jihočeského kraje v březnu 2015.

Za účelem získání potřebných dat o oblíbenosti jednotlivých příchutí byl vytvořen jednoduchý dotazník, který byl předložen vybrané skupině studentů Zemědělské fakulty Jihočeské univerzity v Českých Budějovicích. Celkem se dotazníkového šetření zúčastnilo 400 respondentů, studentů ve věku od 20 do 30 let (38 % mužů, 62 % žen).

Dotazník obsahoval mimo jiné následující otázky: A) *Jíte jogurty* (pravidelně; občas; málo; ne); B) *Kterému typu jogurtu dáváte přednost* (bílý přírodní; ochucený; s kusy ovoce; smetanový); C) *Které příchutě jogurtů vnímáte jako nejoblíbenější/oblíbené/neoblíbené* (čokoláda; jahoda; malina; borůvka; oříšek; meruňka; višně; broskev; lesní ovoce; banán; vanilka; směs ovoce) - Čásenská, 2015.

Data získaná dotazníkovým šetřením byla vyhodnocena za použití programu Microsoft Office Excel 2010 a Statistica 9.1 (StatSoft ČR). Ke statistické analýze dat bylo použito metod popisné statistiky a byly vytvořeny tabulky četností a kontingenční tabulky. Četnosti jsou vyjádřeny (pokud není v textu uvedeno jinak) vždy k celkovému počtu odpovědí v dané skupině. K ověření statistické průkaznosti závislosti kvalitativních proměnných v rámci kontingenčních tabulek byl zvolen chí-kvadrát test (χ^2).

Výsledky a diskuse

Průzkum sortimentu příchutí kysaných mléčných výrobků

Při terénním šetření v obchodních řetězcích na území Jihočeského kraje bylo zjištěno, že nabídka kysaných mléčných výrobků (zejména jogurtů) pochází od celkem 12 výrobců, a to: Madeta, Kunín, Olma, Danone, Mlékárna Valašské Meziříčí (ValMez), Milko, Hollandia, TPK Příbina, Choceňská mlékárna, Müller, Agro-la a Zott. Škála nabízených příchutí je více než pestrá, zahrnuje celkem 42 druhů. Největší množství příchutí nabízí firmy Olma a Hollandia (23, resp. 22). U většiny výrobců nechybí v nabídce následující příchutě: jahoda (12 výrobců), malina, čokoláda (11), višně, borůvka (10), broskev (9), vanilka (8). I na další ovocné příchutě jako je banán a meruňka výrobci sází a většina z nich je nabízí (7). Menší zastoupení je patrné u příchutí lesní ovoce, černý rybíz, hruška, brusinka, ostružina, ořech, kakao či stracciatella. Méně tradiční příchutě jsou nabízeny většinou pouze jednotlivými výrobci, jejich zavedení na trh i udržení se na něm záleží na současných trendech. Jedná se např. o příchutě vaječného likéru (Madeta, Olma), pistácie (Kunín), pomeranče, aronie (Olma), švestky (Zott), citrónu (Milko, Müller) či jablka (Valmez, Müller). Stále více se do popředí dostávají příchutě různých druhů tropického ovoce jako je maracuja, ananas, kokos, kiwi, mango, granátové jablko. Největší zastoupení těchto příchutí bylo zjištěno u mlékárny Hollandia a Müller. Podobný trend uvádí Casell (2013) popisující stoupající zájem o příchutě tropického

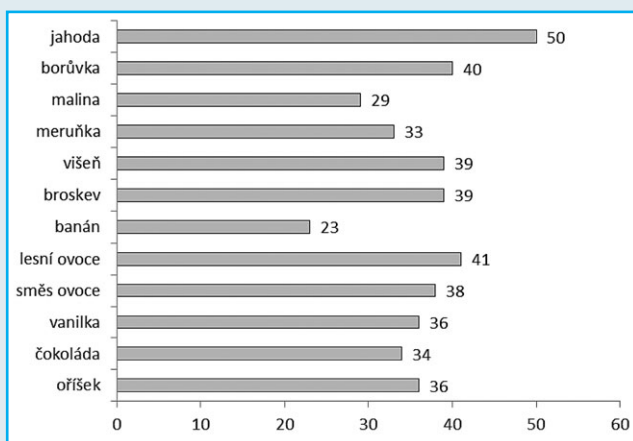
ovoce např. kokosu, mučenky, guave a zejména manga. Z příchutí cukrárenského a kavárenského průmyslu jsou nejvíce zastoupeny: káva (Kunín, Hollandia), nugát (Hollandia) a karamel (Olma, Kunín, Hollandia).

V poslední době výrobci věnují zvýšenou pozornost vývoji nových, často zcela unikátních příchutí. K takovým patří např. muffin, jablečný koláč, cheesecake, medovník či tiramisú. Tyto příchutě obvykle vycházejí z momentální obliby těchto produktů v restauracích či v obchodech. Na trhu se vyskytují i velmi zajímavé ingredience (Routray a Mishra, 2011), které bezpochyby reagují na současný trend zdravé výživy. Používání přírodních produktů potvrzuje i Casell (2013) na příkladu tzv. mix-in jogurtů s různými semínky (chia, konopná). Vnímání určitých příchutí jako zdravějších (např. granátové jablko, acai) v porovnání s čokoládou či karamellem jsou pak určujícími trendy pro vývoj nových příchutí.

Dotazníkové šetření zaměřené na oblíbenost jogurtů a jejich příchutí

Jak již bylo uvedeno, jogurty jsou široce oblíbenými mléčnými výrobky, a to napříč všemi generacemi (Kopáček, 2011). Tento fakt potvrdily i odpovědi na otázku týkající se konzumace jogurtů. Bylo zjištěno, že 98 % (391) respondentů jogurty konzumuje: 69 % pravidelně, 21 % občas a 8 % málo. Pouze 2 % (9) respondentů jogurty nekonzumuje vůbec. S ohledem na zdravotní prospěšnost jogurtů (Lourens-Hattingh a Viljoen, 2001) je to příznivá zpráva, i když jak uvádí Kopáček (2015), v porovnání s průměrem Evropské unie (18,7 kg na osobu za rok 2013) je Česká republika ve spotřebě kysaných mléčných výrobků, především jogurtů, stále pod průměrem EU (14,9 kg).

Při vyhodnocení dotazníkového šetření byla spotřebitelům mimo jiné položena otázka, kterému typu jogurtu dávají přednost. U sledované skupiny je zřejmé, že nejoblíbenějším typem byl jogurt s kusy ovoce, kterému dávalo přednost 51 % dotazovaných. Na dalších místech byl zmiňován smetanový (27 %) a ochucený (21 %) jogurt. Bílý přírodní jogurt upřednostňovalo pouze 18 % respondentů. Důvodem je pravděpodobně méně výrazná chuť, zejména pak u jogurtů nízkotučných (light), příp. méně kyselých.



Graf 1 Četnost (%) odpovědí na otázku "Která příchutě jogurtů je pro vás nejoblíbenější?" (n=391)

Tab. 1 Preference nejoblíbenějších příchutí (%) jogurtů v závislosti na pohlaví

Příchuť	Pohlaví		p
	muži (n=141)	ženy (n=236)	
Čokoláda	32	38	0,4287
Jahoda	56	52	0,4465
Malina	33	32	0,9242
Borůvka	52	39	0,0650
Meruňka	45	34	0,0899
Višeň	40	45	0,6174
Broskev	46	42	0,6317
Lesní směs	48	45	0,5524
Banán	23	30	0,6549
Vanilka	31	44	0,0487
Oříšek	40	39	0,1163
Směs ovoce	50	37	0,0299

p = hladina významnosti

Při vyhodnocování oblíbenosti příchutí jsou v následujících četnostech zohledněny pouze odpovědi "nejoblíbenější". Z nabízených příchutí jogurtů byla jako nejoblíbenější hodnocena jahodová příchuť, a to 50 % dotazovaných (Graf 1). Velmi oblíbená byla pro spotřebitele také příchuť borůvek (40 %) a lesního ovoce (41 %). Nejméně atraktivní příchuť se stala banánová a malinová. Jahodová příchuť je podle různých autorů dlouhodobě považována za nejpoblíbenější příchuť (Routray a Mishra, 2011). Pöschl et al. (2012) uvádějí, že nejvíce oblíbená u respondentů byla příchuť jahodová a nejméně oblíbená byla příchuť višňová. Jahodová příchuť se umístila na prvním místě i při průzkumu Chárové (2007).

Při vyhodnocení oblíbenosti příchutí (Tabulka 1) v závislosti na pohlaví bylo zjištěno, že muži dávali přednost spíše příchutím, jako je borůvka (52 % vs. 39 %), meruňka (45 vs. 34 %) a směs ovoce (50 vs. 37 %; $p < 0,05$). Ženy spíše preferovaly příchuť čokolády (38 % vs. 32 %), banánu (30 vs. 23 %) a vanilky (44 vs. 31 %; $p < 0,05$). Ostatní příchutě byli u mužů i žen poměrně vyrovnané. Z šetření Chárové (2007) vyplývá, že u mužů převládala obliba meruňky a ananasu, u žen čokolády a broskve.

Závěr

Terénní šetření zaměřené na sortiment příchutí kysaných mléčných výrobků (zejména jogurtů) ukázalo, že v nabídce je zajímavá škála příchutí, od tradičních jako je vanilka, jahoda či čokoláda, až po velmi neobvyklé příchutě, např. cheesecake či jablečný koláč, které jsou odrazem aktuálních trendů v nabízených dezertech v restauracích a různých balených výrobcích.

Dotazníkovým šetřením mezi mladými konzumenty bylo zjištěno, že převážná většina dotazovaných jogurtů konzumuje. S ohledem k výživovým doporučením lze tento výsledek vnímat jako poměrně příznivý, avšak stále by měla pokračovat podpora konzumace formou různých edukačních programů, zejména u dětí školního věku. Skupina mladých spotřebitelů dávala přednost jogurtům s kusem ovoce a jogurtům smetanovým, zatímco přírodní

bílý jogurt, charakteristický typickou kyselější chutí, patřil k méně vyhledávaným. Nejoblíbenější příchuť byla jahoda, dále borůvka a lesní ovoce. Nejméně oblíbená byla příchuť banánu. Muži dávali přednost příchutím ovocným, ženy preferovaly spíše klasičtější příchutě - vanilku a čokoládu, což může být s ohledem na větší snahu o zdravější trendy právě u žen poněkud překvapivé.

Lze předpokládat, že vývoj nových příchutí bude dále pokračovat a výrobci svou nápaditostí a nepředvídatelností nalákají, byť třeba jen sezónně, své zájemce. Přesto zřejmě zůstanou stálicemi v příchutích kysaných mléčných výrobků ty, které byly potvrzeny i naší studií. O uvedeném pak bude vhodné se přesvědčit realizováním podobně zaměřené studie i v dalších letech.

Poděkování

Příspěvek byl zpracován s podporou projektů NAZV KUS QJ1510336.

Seznam literatury

- BAYARRI, S., CARBONELL, I., BARRIOS, E.X., COSTELL, E. (2010): Acceptability of yoghurt and yoghurt-like products: Influence of product information and consumer characteristics and preferences. *Journal and Sensory Studies*, 25 (1): 171-189.
- CASELL, D. (2013): *Yogurt products rely on perennially popular fruit flavors and some more complex combinations for balance, appealing to both men and women as well as Hispanic customers.* www.foodprocessing.com [online], [cit. 2016-01-21]. Dostupné z: <http://www.foodprocessing.com/articles/2014/flavor-trends-yogurt/>
- ČASENSKÁ, J. (2015): *Spotřebitelské preference vybraných mléčných produktů.* [Bakalářská práce]. České Budějovice: JU ZF. 56 s.
- FORET, M. (2005): Chování a rozhodování zákazníka při nákupu nápojů. *Sborník Mendelovy zemědělské a lesnické univerzity Brno*, 53 (6): 63-73.
- HES, A. (2008): *Chování spotřebitele při nákupu potravin.* 1. vyd. Praha: Alfa nakladatelství, 160 s. ISBN 978-80-87197-20-2
- CHÁROVÁ, M. (2007): *Výzkum trhu jogurtů.* [Diplomová práce]. Praha: VŠE. 84 s.
- KOPÁČEK, J. (2011): Mýty o jogurtu a jak proti nim správně argumentovat. *Potravinářská Revue*, 7 (5): 20-23.
- KOPÁČEK, J. (2015): *Současná situace na trhu s mlékem.* Prezentace ČMSM.
- LOURENS-HATTINGH, A., VILJOEN, B.C. (2001): Yogurt as probiotic carrier food. *International Dairy Journal*, 11 (1-2): 1-17.
- ONDRÁČKOVÁ, K. (2015): *Češi už se při nákupu nerozhodují jen podle ceny.* www.finexpert.e15.cz [online], [cit. 2015-03-12]. Dostupné z: http://finexpert.e15.cz/cesi-uz-se-pri-nakupi-nerozhoduji-jen-podle-ceny_1
- POHJANHEIMO, T., SANDELL, M. (2009): Explaining the liking for drinking yoghurt: The role of sensory quality, food choice motives, health concern and product information. *International Dairy Journal*, 19 (8): 459-466.
- PÖSCHL, R., BOHDAL, M., MICHALEC, M. (2012): Ovocné složky do čerstvých mléčných výrobků. *Potravinářská Revue*, 8 (5): 33-36.
- ROUTRAY, W., MISHRA, H.N. (2011): Scientific and Technical Aspects of Yogurt Aroma and Taste: A Review. *Comprehensive Reviews in Food Science and Food Safety*, 10 (4): 208-220.
- SMITH, P. (2000): *Moderní marketing.* 1. vyd. Brno: Computer Press, 518 s. ISBN: 80-7226-252-1

Kontaktní adresa:

doc. Ing. Eva Samková, Ph.D., Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích, Zemědělská fakulta, Studentská 809, 370 05 České Budějovice, Česká republika, e-mail: samkova@zf.jcu.cz

Přijato do tisku: 12. 2. 2016

Lektorováno: 22. 2. 2016