

OPEN SEMINAR:

Nauka o potrošnji i potrošačima hrane i metode istraživanja

Prof Dr. Srdjan Bogosavljević
Direktor, *Ipsos Strategic Marketing*



FOCUS
FOOD CONSUMER SCIENCE IN THE BALKANS



Nauka o potrošačima i hrani

- **Consumer science ... ili Food Consumer Science** ne samo da **nema opšteprihvaćen prevod** na Srpski ili bilo koji od jezika koji se govora na području Zapadnog Balkana - koje je obuhvaćeno projektom “Focus Balkans”, nego se može reći da to ime nije stabilizovano ni na engleskom jeziku ...i da se koriste još uvek dodatni opisi i donekle različita i imena i sadržaji



Tako srećemo i “Food Consumer Science” i “Food & Consumer Science”, pa “Family and Consumer Science”, “Home Economy” ...pa čak i Consumerology...mada istovremeno postoje formirane i respektabilne naučne institucije koje se bave ovom oblašću

- Meša se i sadržaj ... pa često se brend stavlja u prvi plan, a ne ono na čemu i mi ovde insistiramo: kako obezbediti dobrostanje individua i domaćinstva kroz potrošnju hrane, kako podići opšti nivo znanja o značaju hrane za zdravlje...pa i kako zaštititi potrošače ...

Focus Balkans i nauka o potrošačima i hrani

- U pozivu za ovu konferenciju piše..
 - da je **FOCUS-BALKANS** zajednički projekat unutar sedmog FW programa koji traje od 2008 i
 - koji treba da doprinese (i koji je već doprineo) dobijenim istraživačkim i naučnim rezultatima **javnom zdravlju i zaštiti potrošača između ostalog i kroz odnos prema kvalitetu ishrane.**
- Multidisciplinarnost je u samoj srži naučnog stručnog pristupa u ovoj oblasti tako da je
 - **podizanja kapaciteta** jedan od značajnih doprinosa Focus Balkans projekta
 - mi u ovoj diskusiji imamo čitavu mrežu naučnih, stručnih, vladinih i nevladinih organizacija koje mogu kvalitetno da doprinesu definisanju i opisivanju problema koje nosi potrošnja hrane danas ... i **donošenju dobrih i ostvarivih strategija sutra**

Nauka o potrošačima i hrani - terminologija

- U ovom trenutku mnogi termini koji su relevantni za postizanje “dobrostanja” u oblasti potrošnje hrane, su novotarije za mnoge potrošače, koje im nisu dovoljno poznate i verovatno da mnoge ne razumeju na pravi način

- Primera radi, naziv “organska hrana” nije termin koji je “samo-govoreći” ... a ne treba zaboraviti da nije tako davno bilo kada smo po prvim brendovima usvajali neke pojme (žilet, imalin, kalodont..).

- Nisam sigurna da smo prihvatili kako valja i termin “instant” npr. kafa ...ili je još uvek svaka instant kafa za nas i dalje “Nes-kafa”.

- Trebaće vremena da prihvatimo termine suštinski nove naučne discipline (iako se naučni pristup hrani i potrošnji hrane provlači kroz mnoge naučne oblasti skoro dve stotine godina)

Potrošnja ili kupovina

- Za našu diskusiju i njeno smeštanje u širi kontekst, važno je napomenuti da se geografija projekta proteže preko siromašnih društava Zapadnog Balkana:
 - ..gde se na potrošnju češće gleda kroz TROŠKOVE, pa kroz čudnu i objašnjivu “brand” orijentaciju ... pa tek na kraju kroz osnovnu utilitarnu funkciju ... da se troši hrana i kroz to doprinosi sopstvenom blagostanju – posebno zdravlju
- Primer koji ovo ilustruje dolazi sa “suprotne strane” – izučavanja učestalosti i količine popušenih cigareta...
 - Potrošači – u anketama na Balkanu referišu da su “popušili” najčešće 10, 20 ili 30 cigareta – **zapravo referišu koliko su kupili**
 - Potrošači u anketama u razvijenim zemljama imaju praktično sve brojeke zastupljene jer su dugom kampanjom o zaštiti zdravlja od pušenja – koncentrisani na “greh” koji čine i znaju tačan broj porušenih cigareta

Podaci

- Jedan od prvih koraka u izučavanju potrošača hrane su podaci. Postojeći, sekundarni ... malo ih je (praktično ih nema!!!).
 - nije to tema koja je dobila podršku države tako da zvanične statistike nisu fokusirane na nju
 - a nije ni tema od koje živi poslovni sektor, tako da nema mnogo komercijalno finansiranih istraživanja koja obezbeđuju podatke (primarne i sekundare)
- Ostaju projekti kao što je Focus Balkans – bar za sada – koji će nam davati materijal za izučavanje i orijentaciju

- Tu su metodi i modeli statistike i istraživanje tržišta - deo pazle nauka, koje dolaze na samom početku ... kao metode za prikupljanje, ocenjivanje i analizu podatka

Prikupljanje i ocenjivanje podataka

- Uzorak – osnovni način za dolaženje do podatka (OCENA) se nalazi između dva konfliktna kriterijuma ...
 - **Željeni kvalitet i preciznost**
 - **Raspoloživi budžet**
- ...i kako se u najboljem slučaju rešenje traži na sredini, a češće na osnovu drugog kriterijuma, uzoračka teorija se prilagođava i nudi rešenja koja daju zadovoljavajuće ocene uz ograničenja koja postavljaju budžeti
- Napredne statističke analize ili iz njih izvedene tehnike istraživanja tržišta daju sublimirane slike iz kojih se mogu lakše praviti zaključci, preporuke i prognoze
- Mnogo od toga će se pominjati u daljem nastavku konferencijeali bih voleo da vam skrenem pažnju na činjenicu da smo na kraju popisnog desetleća i da u naredne 2 godine treba konačno da dobijemo validne podatke kao osnov za uzorke koje radimo... posebno značajno za Bosnu I Hercegovinu (prvi put nakon 20 godina) i teritoriju Kosova (nakon /bar/ 30 godina)

Focus Balkans je fokusiran Zapadni Balkan:



Razlike i kompleksnost regiona

7-8 zemalja
(Slovenija=?)

25M stanovnika

7 nacionalnosti (glavnih)

1:7 ppp GDP per capita

1: 11 # stanovnika

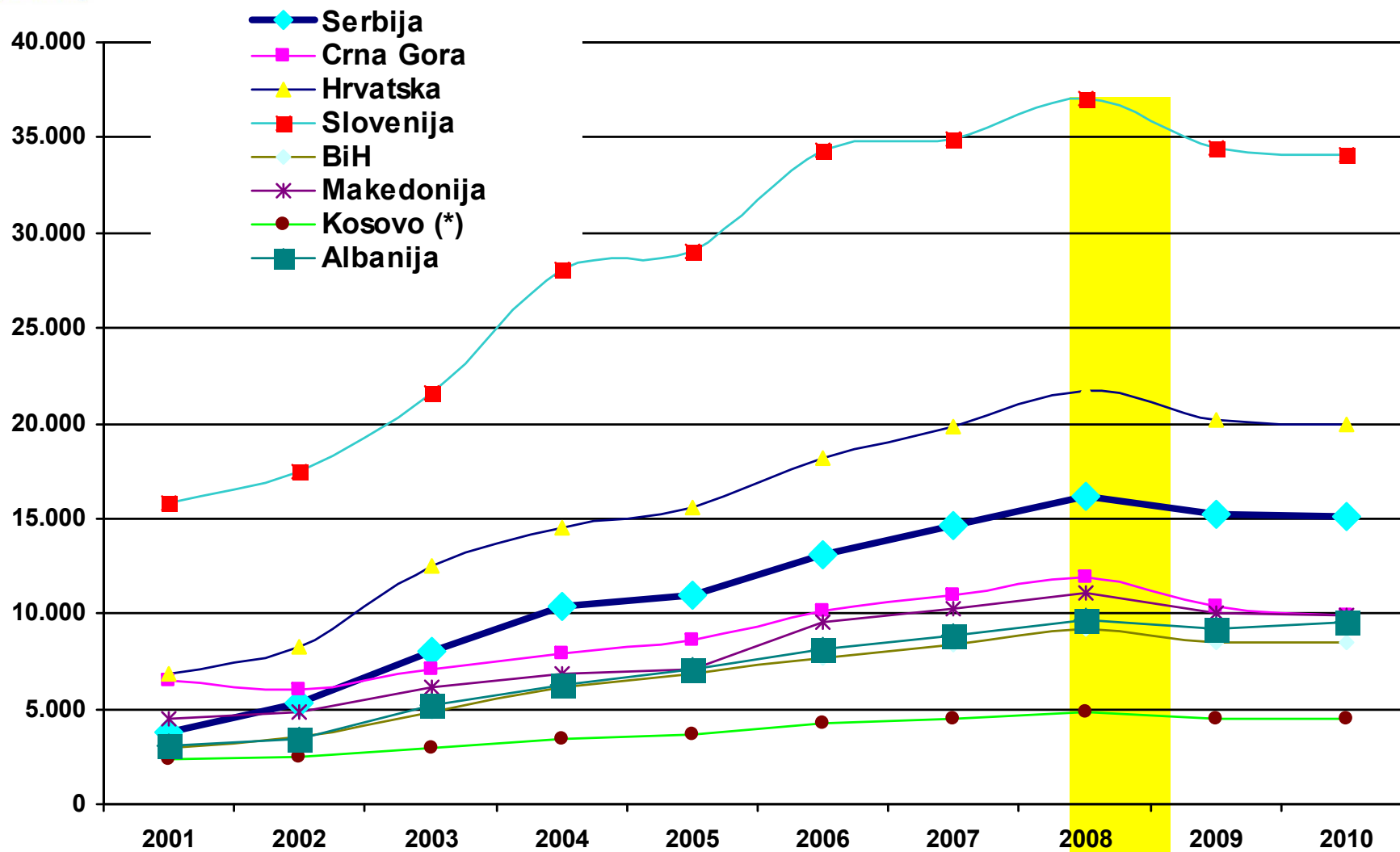
7 zvaničnih jezika

6 valuta

3 religije

2 alfabeta

Zapadni Balkan: PPP GDP per capita: region prekinutog rasta i krize koja traje



Skica za portret potrošača u Srbiji (Zapadni Balkan)

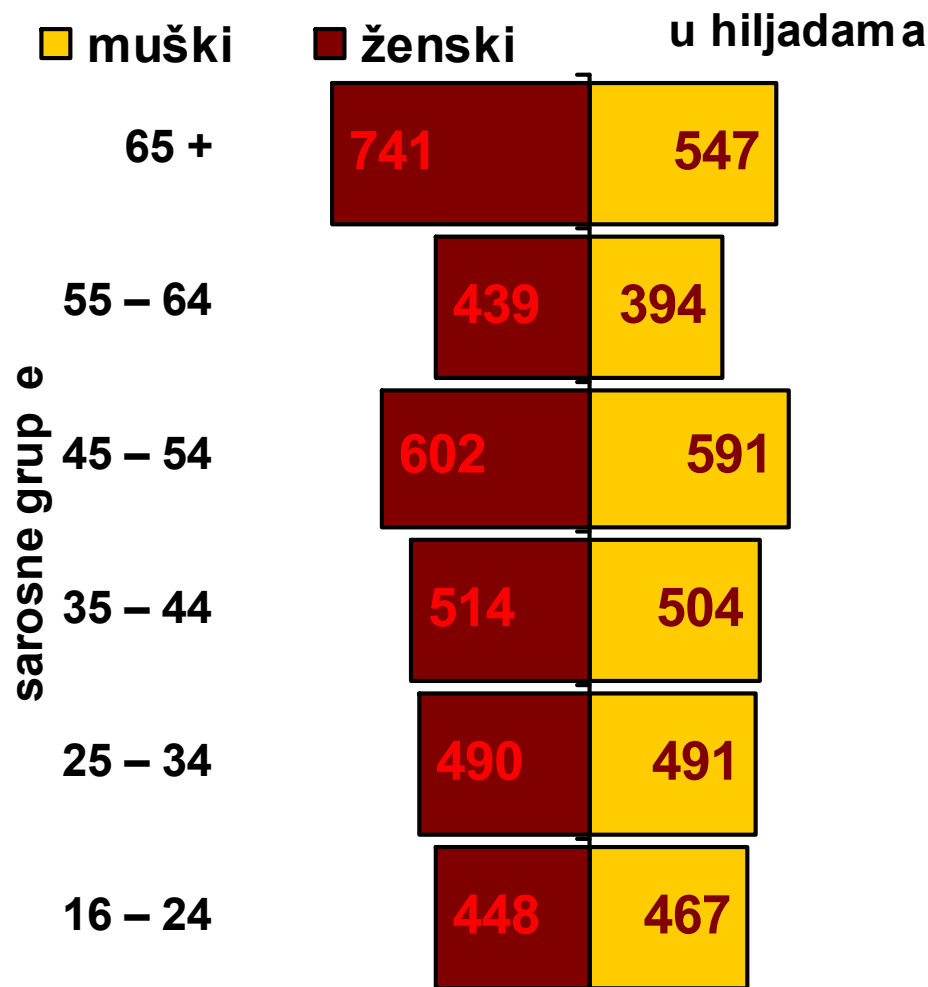
- Da bi saznali o kome-čemu pričamo da račistimo o koliko ljudi pričamo



- Srbija ima 7,5 miliona 2002 godine (a ne 10 miliona stanovnika - čak se kadakad **BDP deli sa 10mil da se dobije *per capita* vrednost!**)
- Birača je 6,6 mil, pri čemu je 6,2 mil punoletnih u Srbiji sa ne-državljanima, a ceni se da je realno prisutno **ispod 6 miliona (5,6)**
- **Beograd raste ... iako nema 2 milona stanovnika, a Srbija ima sve manje stanovnika**
- **Sada nas je manje 250000 nego pre 9 godina!!**

Skica za portret potrošača u Srbiji (Zapadni Balkan)

➤ Da bi saznali o kome-čemu pričamo da raščistimo o koliko su stari ti ljudi

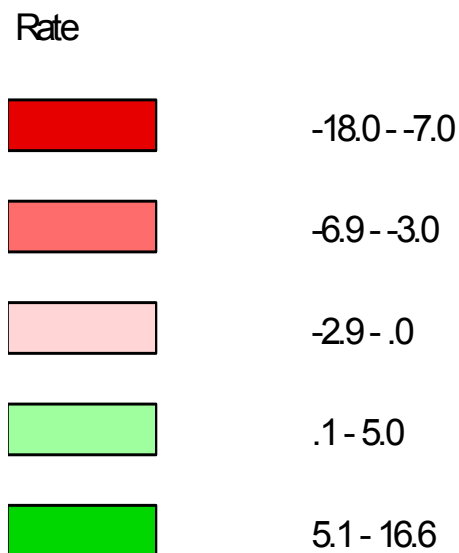
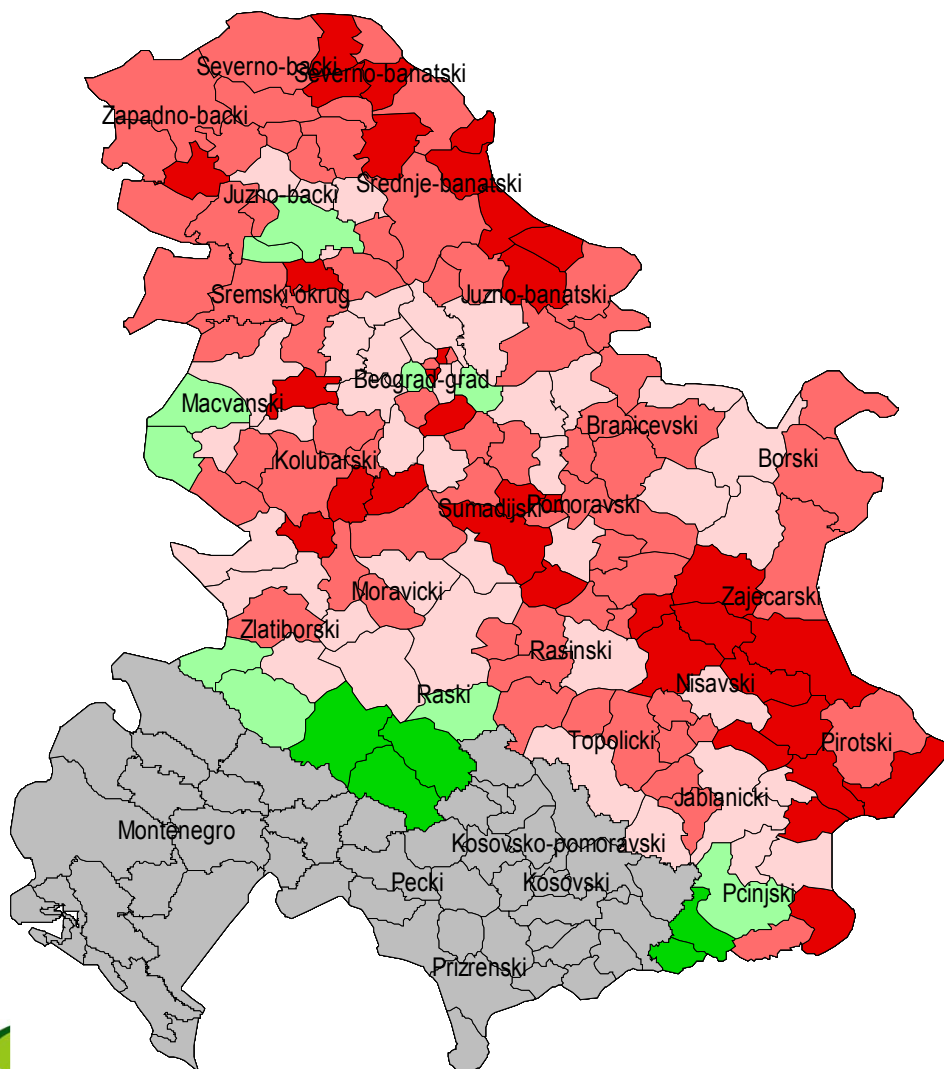


- Srbija je zemlja starih ljudi (mnogo više od Evrope)
- Prosečna starost je 41 godine – a očekivana stopa doživljena 71-72 (mnogo manje od Evrope)
- 65+ je svaki 5 ili 6 građanin Srbije
- 65+ je svaki četvrti koji kupuje bar nešto (ili 3 svaki treći+ glasač)
- ...ali nije da doživljavamo dublju starost od drugih ... Nego nas se manje rađa

Skica za portret potrošača u Srbiji (Zapadni Balkan)

➤ Da bi saznali o kome-čemu pričamo da račistimo o koliko je beba u Srbiji

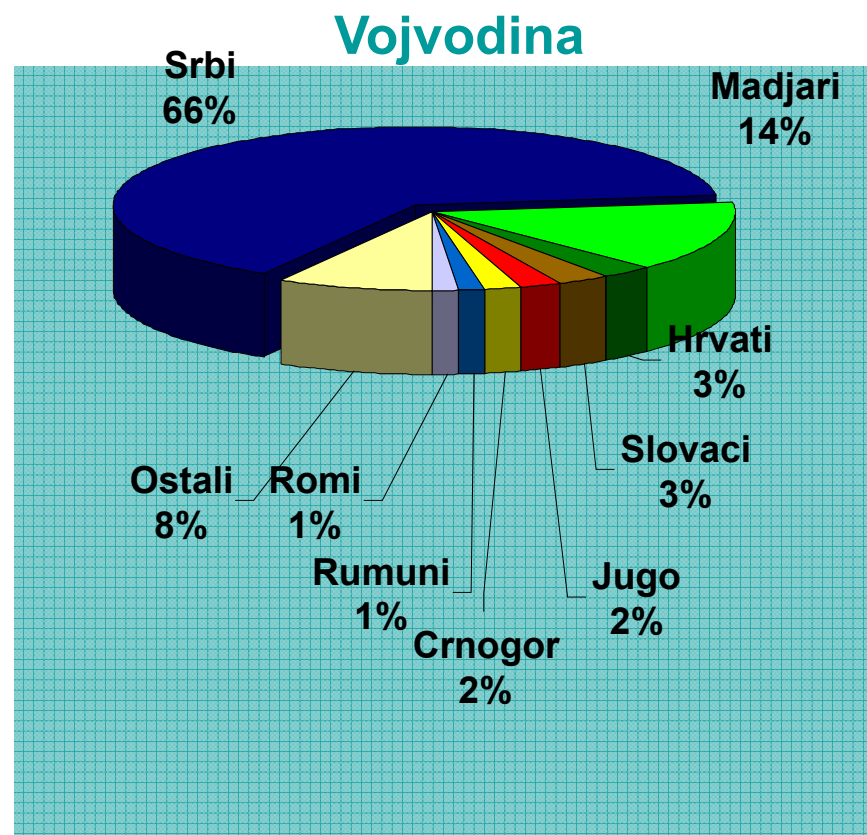
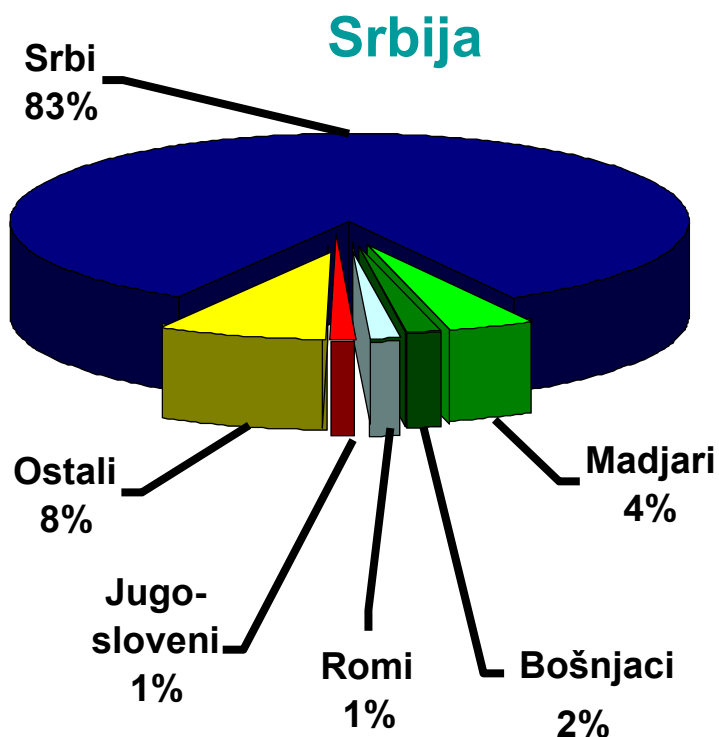
- Još je i gore! Nego smo malo popravili sliku lošim evidencijama - izbeglice, od kojih deo nije stigao da dobije državljanstvo, pa ne učestvuju u mortalitetu, ali im bebe učestvuju u natalitetu Srbije



Skica za portret potrošača u Srbiji (Zapadni Balkan)

➤ Da bi saznali o kome-čemu pričamo da račistimo koji se jezici govore u Srbiji

- Srbija je multietnička po broju manjina, ali ne i po njihovom procentu,



Za kraj

Zadatak

Zapadnom Balkanu predstoji učenje da počne da se bavi hranom i potrošnjom tako da cilj bude zdravlje i dobrobit ljudi, a ne puko preživljavanje koje je još uvek nakon ratova i kriza glavni fokus prosečnog građanina

Početak

...je pred nama ...pre svega u fokus kroz "Focus Balkans"

Podaci

...predstavljaju prvi problem koji se za sada rešava primarnim istraživanjima, a jedna od mera uspeha ovog napora će biti vidljiva i u činjenici koliko od podatak nužnih za sistematsko izučavanje odnosa dobrobiti domaćinstava i pojedinaca i načina kako se hrane - će postati deo sistematskog prikupljanja podatka u zemljama Zapadnog Balkana

i...

...iako je sada siromaštvo značajnija tema - pa čak i javne kuhinje – gde je teško govoriti o hrani kao elementi dobrostanja, moramo znati gde hoćemo da idemo, da bi i stigli...

Thank you

Prof Dr. Srdjan Bogosavljević
Direktor, Ipsos Strategic Marketing
Gavrila Principa 8, Belgrade, Serbia
Tf +381 11 3284 075 Mobile: +381 600 232 727
srdjan.bogosavljevic@ipsos.com
<http://www.ipsos.com>