

Potrošačke preferencije mladih potrošača pri konzumaciji šećera

Sabljić, Antonio

Master's thesis / Diplomski rad

2024

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj:

**Josip Juraj Strossmayer University of Osijek, Faculty of Agrobiotechnical Sciences Osijek /
Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, Fakultet agrobiotehničkih znanosti Osijek**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:151:013407>

Rights / Prava: [In copyright](#) / [Zaštićeno autorskim pravom.](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2025-03-07**



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](#)



SVEUČILIŠTE JOSIPA JURJA STROSSMAYERA U OSIJEKU

FAKULTET AGROBIOTEHNIČKIH ZNANOSTI OSIJEK

Antonio Sabljic

Sveučilišni diplomski studij Agroekonomika

**POTROŠAČKE PREFERENCIJE MLADIH POTROŠAČA PRI KONZUMACIJI
ŠEĆERA**

Diplomski rad

Osijek, 2024.

SVEUČILIŠTE JOSIPA JURJA STROSSMAYERA U OSIJEKU

FAKULTET AGROBIOTEHNIČKIH ZNANOSTI OSIJEK

Antonio Sabljic

Sveučilišni diplomski studij Agroekonomika

**POTROŠAČKE PREFERENCIJE MLADIH POTROŠAČA PRI KONZUMACIJI
ŠEĆERA**

Diplomski rad

Povjerenstvo za ocjenu i obranu diplomskog rada:

1. prof. dr. sc. Ružica Lončarić, predsjednik
2. doc. dr. sc. Jelena Kristić, mentor
3. dr. sc. Sanja Jelić Milković, član

Osijek, 2024.

SADRŽAJ

1. UVOD	1
2. PREGLED LITERATURE	2
3. MATERIJAL I METODE	4
4. REZULTATI	5
5. RASPRAVA	23
6. ZAKLJUČAK	24
7. POPIS LITERATURE	25
8. SAŽETAK	26
9. SUMMARY	27
10. PRILOZI	28
11. POPIS GRAFIKONA	43
TEMELJNA DOKUMENTACIJSKA KARTICA	
BASIC DOCUMENTATION CARD	

1. UVOD

U suvremenom društvu, potrošačke preferencije mladih potrošača postale su ključna tema u području marketinga i prehrane, posebno kada je riječ o konzumaciji šećera. S obzirom na sve veći utjecaj globalizacije i digitalnih medija, mladi su izloženi raznovrsnim prehrambenim proizvodima, uključujući one s visokim udjelom šećera. Reklame, društvene mreže i prehrambeni trendovi imaju značajan utjecaj na način na koji mladi biraju proizvode koje konzumiraju. Unatoč sve većoj svijesti o zdravstvenim rizicima povezanim s unosom šećera, proizvodi bogati šećerom i dalje su iznimno popularni među mlađom populacijom. Ova kontradikcija između svijesti o zdravlju i stvarnih potrošačkih izbora izaziva dodatni interes za proučavanje čimbenika koji oblikuju potrošačke navike mladih.

Zdravstvene organizacije širom svijeta sve glasnije upozoravaju na negativne posljedice prekomjerne potrošnje šećera, kao što su prekomjerna tjelesna težina, dijabetes tipa 2 i razni drugi zdravstveni problemi. S obzirom na sveprisutnost šećera u mnogim prehrambenim proizvodima i stalni rast zabrinutosti za javno zdravlje, postoji potreba za dubljim razumijevanjem što motivira mlade da biraju proizvode s visokim sadržajem šećera i u kojoj mjeri su svjesni posljedica svojih izbora.

Cilj ovog istraživanja je istražiti stavove ispitanika o potrošnji šećera na području Vukovarsko-srijemske županije, te koje su njihove preferencije pri izboru ovih proizvoda i koji faktori utječu na njihove odluke o konzumaciji. Istraživanje će također nastojati identificirati razlike u preferencijama između različitih grupa mladih potrošača, uzimajući u obzir varijable kao što su spol, starosna grupa, obrazovanje i socioekonomski status. Rezultati ovog istraživanja pružit će uvid u obrasce ponašanja mladih potrošača, što može biti od velike koristi za kreatore politika, proizvođače hrane i sve koji su uključeni u promociju zdravog načina života.

2. PREGLED LITERATURE

Mladi potrošači, iako svjesni potencijalnih zdravstvenih rizika, često se ne odriču svojih prehrambenih navika u korist zdravijih opcija. Ovaj fenomen može biti povezan s emocionalnim vezama koje razvijaju prema hrani, gdje šećer igra ulogu u doživljavanju zadovoljstva. Također, društvene mreže i utjecaj popularnih trendova često promoviraju proizvode s visokim udjelom šećera kao dio "uživanja u životu", čime se dodatno oblikuju preferencije mladih. Iako se zdravstvena edukacija o štetnosti šećera povećava, promjene u ponašanju zahtijevaju dugoročnije i ciljane kampanje usmjerene na tu populaciju. Financijska pristupačnost takvih proizvoda također igra ulogu u njihovoj kontinuiranoj konzumaciji među mladima. Prekomjeren unos šećera kod adolescenata povezan je s različitim negativnim zdravstvenim ishodima, uključujući povećan rizik od dijabetesa tipa 2 i karijesa.

Iako mladi postaju sve svjesniji utjecaja prehrane na zdravlje, u praksi se još uvijek dominantno oslanjaju na senzorne karakteristike proizvoda kao što su okus i miris. Osim toga, često biraju proizvode prema promotivnim kampanjama i cijenama, što dodatno odražava njihov način donošenja odluka. Ovo pokazuje kako, unatoč porastu svijesti o zdravlju, šećerom bogati proizvodi ostaju privlačni zbog svojih organoleptičkih svojstava (Jelić Milković i sur., 2018.).

Mladi potrošači često balansiraju između cijene i zdravstvenih aspekata proizvoda, ali na kraju, promotivne akcije često imaju veći utjecaj na njihov izbor nego sama nutritivna vrijednost. To dodatno potvrđuje da je privlačnost proizvoda s visokim udjelom šećera često rezultat vanjskih faktora poput cijene i promocije, a ne samo svijesti o zdravstvenim rizicima (Kristić i sur., 2018.). Mladi kupci učestalo pri izboru prehrambenih proizvoda preferiraju povoljnu cijenu, ali također pridaju značaj senzornim karakteristikama kao što su okus i marka proizvoda. Zdravstveni faktori su prisutni, ali ipak ne igraju ključnu ulogu pri njihovom odabiru (Jelić Milković i sur., 2018.). Iako su svjesni zdravstvenih aspekata, često biraju proizvode na temelju promotivnih akcija, što je sličan obrazac i kod konzumacije proizvoda s visokim udjelom šećera (Kristić i sur., 2018.).

Mladi potrošači imaju ograničenu naviku čitanja deklaracija o prehrambenim proizvodima, iako su svjesni njihove važnosti. Ova navika odražava se i na izbor proizvoda s visokim

udjelom šećera, gdje senzorne karakteristike i promotivne kampanje nadjačavaju zdravstvenu svjesnost i utjecaj informacija s deklaracija (Stupnišek i Cerjak, 2018.).

Kranjac i sur. (2018.) analiziraju kako različite poslovne strategije i promjene u pristupu mogu unaprijediti poslovanje, ali također ukazuju na to kako potrošači biraju proizvode prema navikama, cijeni i brendu. Ova analiza može se primijeniti i na potrošačke navike mladih u vezi sa šećerom, gdje cijena i promotivne aktivnosti često nadjačavaju brigu o zdravlju. Kovačićek i sur. (2018.) analiziraju tržišne trendove i promjene u potrošnji poljoprivredno-prehrambenih proizvoda nakon pristupanja EU, pri čemu ističu važnost kvalitete i cijene. Ovi faktori su ključni i za mlade potrošače u odabiru proizvoda bogatih šećerom, gdje unatoč rastućoj svijesti o zdravlju, ekonomičnost često prevagne nad zdravstvenim razlozima.

Nutritivno označavanje značajno utječe na prehrambene izbore mladih odraslih osoba, često ih usmjeravajući prema proizvodima sa smanjenim sadržajem šećera. Mnoge mlade odrasle osobe traže balans između zdravih izbora i zadovoljenja potreba za okusom, a nutritivno označavanje omogućuje im donošenje informiranijih odluka. Povećana transparentnost o nutritivnim vrijednostima proizvoda može dodatno potaknuti promjenu navika i usmjerenje prema zdravijim alternativama. U konačnici, jasne nutritivne oznake mogu igrati ključnu ulogu u podizanju svijesti o prehrambenim vrijednostima, što dugoročno može smanjiti unos šećera i pridonijeti boljem zdravlju.

Sustavne intervencije koje uključuju promjenu ponašanja mogu biti izuzetno učinkovite u smanjenju unosa šećera, osobito kada su popraćene jasnim obrazovnim porukama i podrškom iz okoline. Edukacija potrošača o zdravstvenim rizicima povezanim s prekomjernim unosom šećera, kao i povećana dostupnost zdravijih alternativnih proizvoda, ključni su koraci prema održivim promjenama prehrambenih navika. Uz to, društvena podrška, uključujući obiteljsku i institucionalnu, može dodatno ojačati motivaciju za smanjenje šećera. Kombinacija edukacije, podrške i dostupnosti zdravih opcija pomaže stvaranju dugoročnih, pozitivnih promjena u ponašanju potrošača (Crockett i Troop, 2019.).

3. MATERIJAL I METODE

Za izradu ovog diplomskog rada, koji uključuje teorijski i eksperimentalni dio, korišteno je više različitih metoda. U teorijskom dijelu rada, podaci i informacije prikupljeni su pretraživanjem stručne literature i radova. U eksperimentalnom dijelu istraživanja, najviše su primjenjivane metode poput identifikacije problema, ispitivanja, prikupljanja i obrade podataka, kao i statističke metode. Od statističkih metoda, korištene su deskriptivne statističke tehnike, dok su kroz cijeli rad primjenjivane i metode indukcije, dedukcije, komparacije, kompilacije, te analize i sinteze.

Specifične metode uključuju izradu i distribuciju anketnih upitnika s ciljem prikupljanja podataka o preferencijama mladih u vezi sa šećerom. Upitnik je sadržavao pitanja o učestalosti konzumacije šećera, preferencijama okusa, kao i stavovima prema prehrambenim navikama.

Istraživanje je provedeno on-line metodom ispitivanja, a glavni instrument istraživanja je anketa izrađena putem Google Forms aplikacije. Anketa pod nazivom "Potrošačke preferencije mladih potrošača pri konzumaciji šećera" je anonimna i izrađena je samo za potrebe istraživanja. Sastoji se od 30 pitanja.

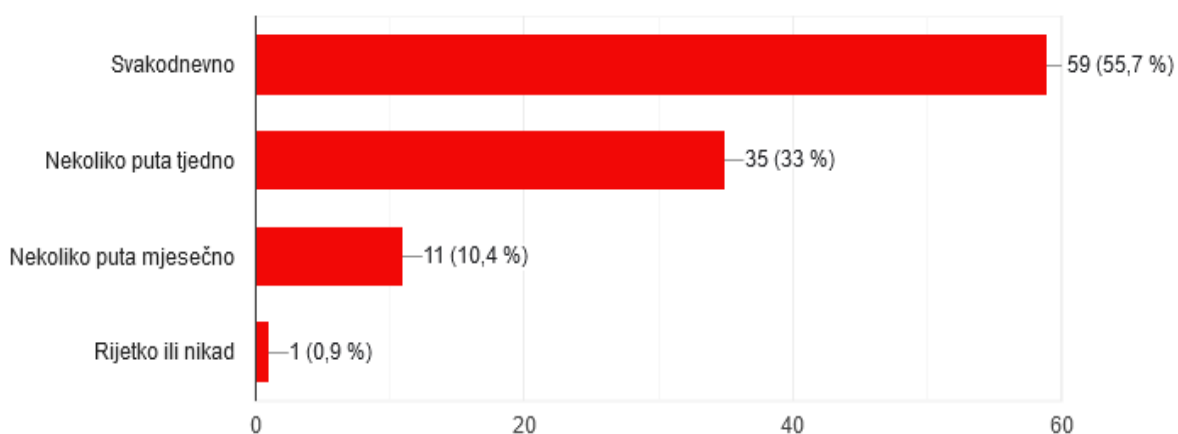
Anketa se provodila na području Vukovarsko-srijemske županije u rujnu 2024. godine, a dobiveni uzorak uključuje 106 ispitanika.

4. REZULTATI

Istraživanje o potrošačkim preferencijama mladih potrošača pri konzumaciji šećera je provedeno kroz anonimnu online anketu koju je ispunilo 106 ispitanika. Anketi su pristupili mladi potrošači između 18 i 30 godina s područja Vukovarsko-srijemske županije.

Anketi je preko linka „Google forms“ pristupilo ukupno 106 ispitanika koji su odgovorili na 30 postavljenih pitanja (Prilog 1). Rezultati istraživanja prikazani su u daljnjem radu pomoću grafikona.

Prvo pitanje je glasilo „Koliko često konzumirate proizvode koji sadrže šećer?“

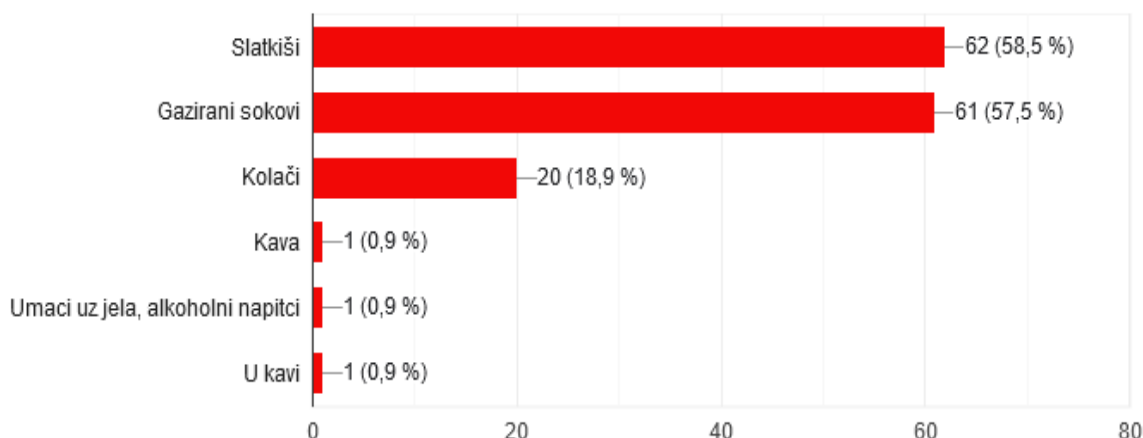


Grafikon 1. Distribucija odgovora na pitanje „Koliko često konzumirate proizvode koji sadrže šećer?“

Prema Grafikonu 1 možemo vidjeti kako je više od pola ispitanika odnosno 55,7 % odgovorilo da svakodnevno konzumira šećer. Nekoliko puta tjedno šećer konzumira 33 % ispitanika, 10,4 % konzumira šećer nekoliko puta mjesečno dok je samo jedan ispitanik (0,9 %) odgovorio kako šećer konzumira rijetko ili nikad.

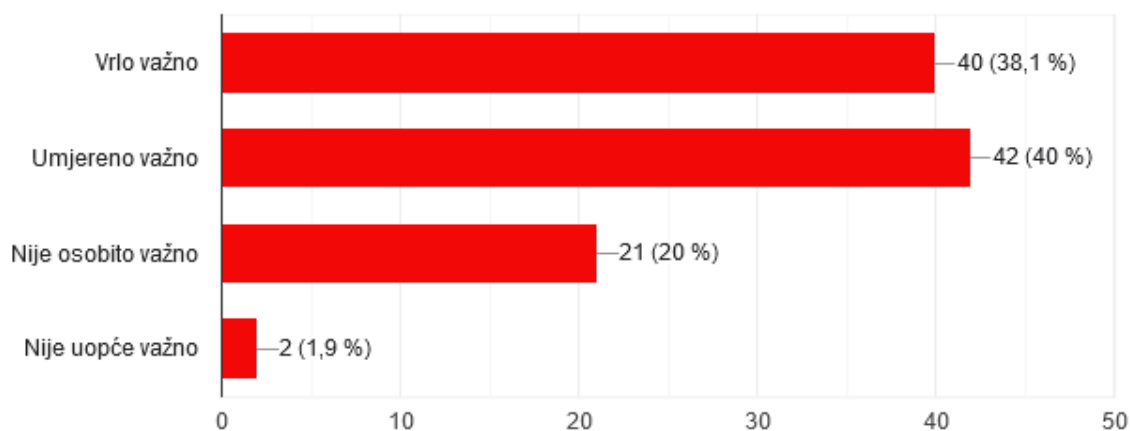
Drugo pitanje je glasilo „Koje vrste proizvoda s visokim udjelom šećera najčešće konzumirate?“ Najviše ispitanika konzumira slatkiše (58,5 %) i gazirane sokove (57,5 %), dok kolače konzumira 18,9 % ispitanika, a kavu, umake uz jela, alkoholne napitke i šećer u kavi konzumira 0,9 % ispitanika (Grafikon 2).

Rezultati pokazuju da većina ispitanika najčešće konzumira slatkiše, gazirane sokove i kolače, što ukazuje na preferenciju za proizvode s visokim sadržajem šećera koji su lako dostupni i često reklamirani. Ovi proizvodi ne samo da zadovoljavaju potrebu za slatkim ukusom, već su i dio svakodnevnih navika mladih potrošača.



Grafikon 2. Distribucija odgovora na pitanje „Koje vrste proizvoda s visokim udjelom šećera najčešće konzumirate?“

Treće pitanje je glasilo „Koliko vam je važno smanjiti unos šećera u svakodnevnoj prehrani?“ Vrlo važno smanjenje šećera odabralo je 8,1 % ispitanika, 40 % ispitanika je odabralo odgovor umjereno važno, dok nije osobito važno odabralo je 20 % ispitanika i samo 2 odgovora su zabilježena od ispitanika da im nije uopće važno smanjiti šećer u svakodnevnoj prehrani (1,9 %).

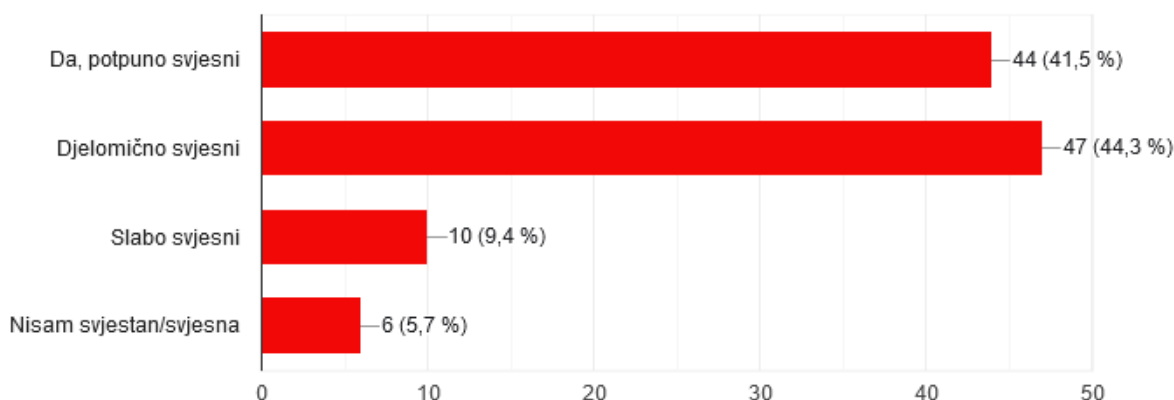


Grafikon 3. Distribucija odgovora na pitanje „Koliko vam je važno smanjiti unos šećera u svakodnevnoj prehrani?“

Većina ispitanika smatra da je smanjenje unosa šećera u svakodnevnoj ishrani vrlo ili umjereno važno, što ukazuje na svijest o negativnim efektima prekomjernog unosa šećera (Grafikon 3).

Prema Grafikonu 4, gdje je prikazana distribucija odgovora na pitanje „Jeste li svjesni koliko šećera unosite svakodnevno?“, najviše ispitanika je odgovorilo da je djelomično svjesno (44,3 %) i potpuno svjesno (41,5 %), dok je slabo svjesno 9,4 % ispitanika, a odgovor nisam svjestan/svjesna je odabralo 5,7 % ispitanika.

Većina ispitanika je barem djelomično svjesna količine šećera koju unose svakodnevno, što ukazuje na određeni nivo informiranosti i pažnje prema prehrambenim navikama. Međutim, činjenica da 16 ispitanika je slabo ili uopće nije svjesno svog unosa šećera, sugerira potrebu za dodatnim edukacijama i podizanjem svijesti o skrivenim izvorima šećera u ishrani.

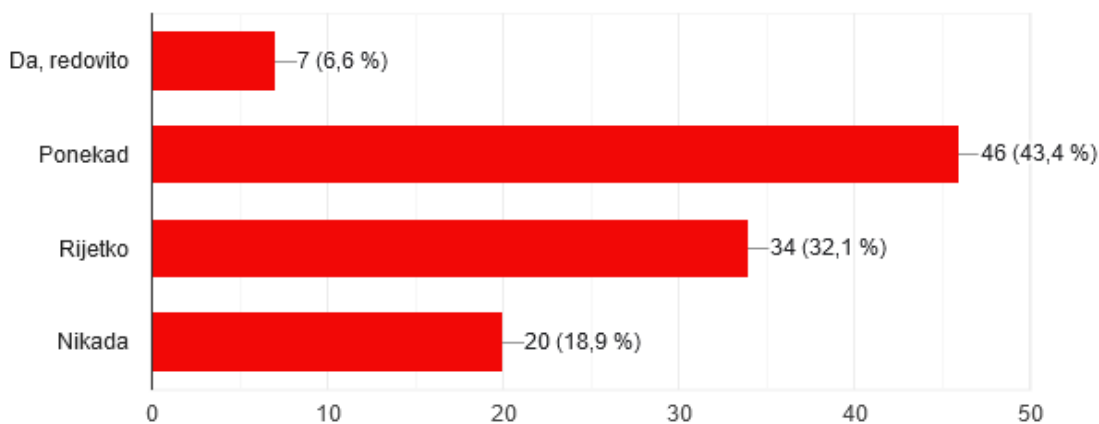


Grafikon 4. Distribucija odgovora na pitanje „Jeste li svjesni koliko šećera unosite svakodnevno?“

Peto pitanje je glasilo „Kupujete li proizvode s oznakom „bez dodanog šećera“? Skoro polovina ispitanika (43,4 %) je odgovorila da ponekad kupuje takve proizvode. Rijetko ih kupuje 32,1 % ispitanika, a nikada 18,9 %. Odgovor redovito je odabralo samo 6,6 % ispitanika (Grafikon 5).

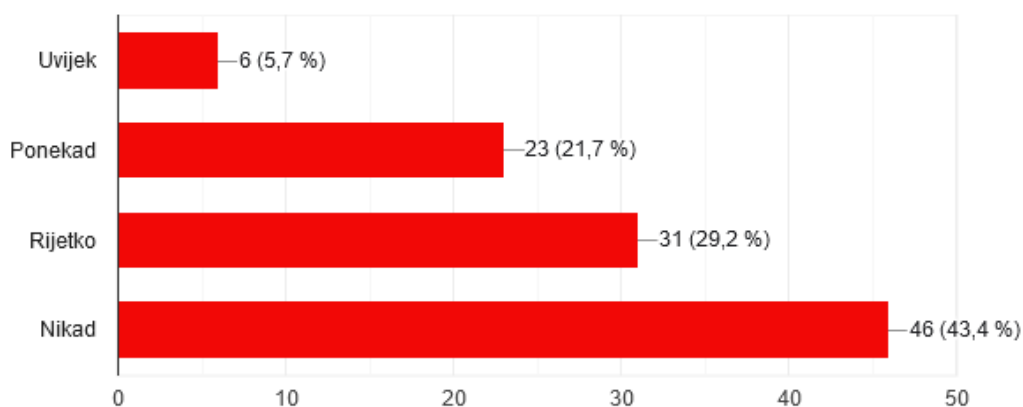
Većina ispitanika kupuje proizvode s oznakom „bez dodanog šećera“ samo povremeno, što ukazuje na interes za zdravije alternative, ali ne i na dosljednost u takvim izborima. Relativno

mali broj ispitanika koji redovno kupuju ove proizvode sugerira da oznaka „bez dodanog šećera“ još uvijek nije ključni faktor pri odabiru hrane za većinu potrošača.



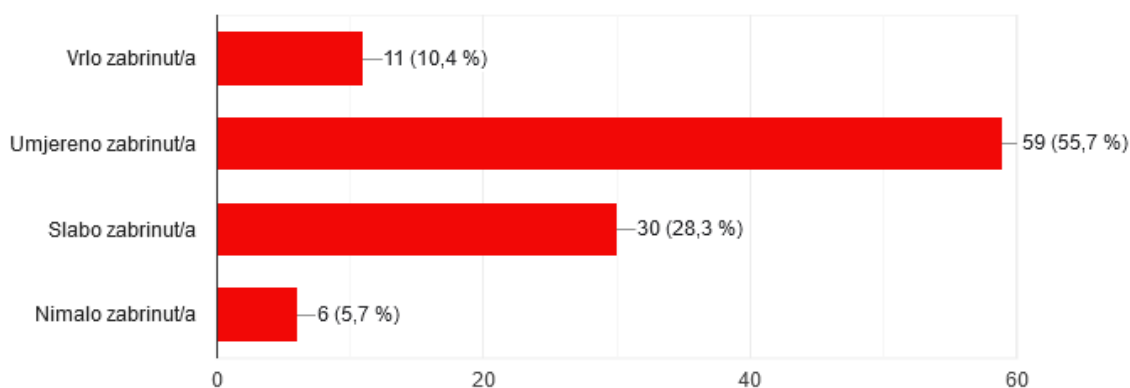
Grafikon 5. Distribucija odgovora na pitanje „Kupujete li proizvode s oznakom „bez dodanog šećera“?”

Šesto pitanje u anketi je glasilo „Kada birate hranu ili piće, provjeravate li na deklaraciji količinu šećera?“ Velik udio ispitanika (43,4 %) nikad ne provjerava količinu šećera na deklaraciji. Rijetko provjerava 29,2 % ispitanika, ponekad 21,7 %, a uvijek samo 5,7 % ispitanika (Grafikon 6).



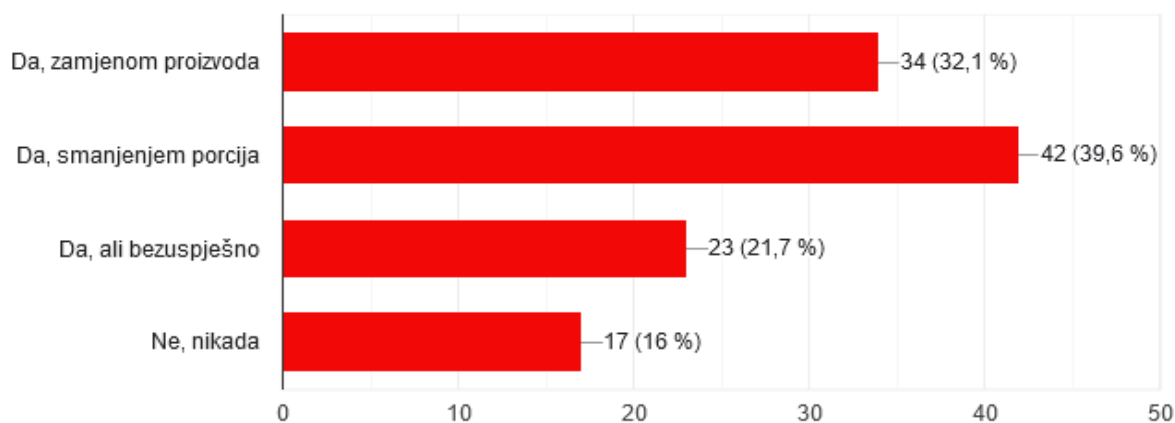
Grafikon 6. Distribucija odgovora na pitanje „Kada birate hranu ili piće, provjeravate li na deklaraciji količinu šećera?“

Iduće pitanje je glasilo „Koliko vas brine utjecaj šećera na zdravlje?“ Više od pola ispitanika je odgovorilo da je umjereno zabrinuto (55,7 %), slabo zabrinuto je 28,3 % ispitanika, vrlo zabrinuto 10,4 %, a nimalo zabrinuto je 5,7 % ispitanika. Ovi podaci ukazuju na to da, iako postoji svijest o negativnim učincima šećera, mnogi mladi još uvijek ne percipiraju problem kao prioritetan za svoje zdravlje.



Grafikon 7. Distribucija odgovora na pitanje „Koliko vas brine utjecaj šećera na zdravlje?“

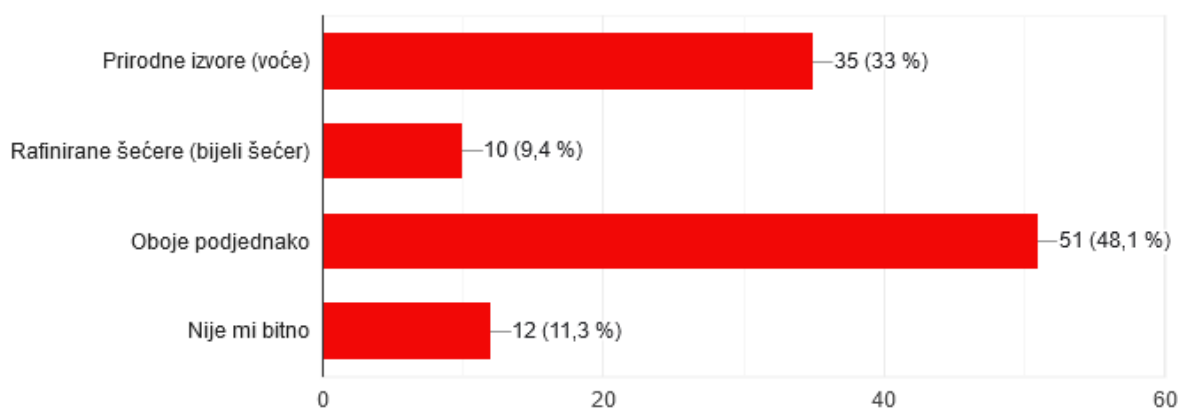
Prema Grafikonu 8 gdje je prikazana distribucija na pitanje „Jeste li ikada pokušali smanjiti unos šećera? Ako da, na koji način?“, najviše ispitanika je odabralo odgovor smanjenjem porcija (39,6 %), zamjenom proizvoda je pokušalo 32,1 % ispitanika, bezuspješno 21,7 %, a nikada nije pokušalo 16 % ispitanika.



Grafikon 8. Distribucija odgovora na pitanje „Jeste li ikada pokušali smanjiti unos šećera? Ako da, na koji način?“

Činjenica da 16 % ispitanika nikada nije pokušalo smanjiti unos šećera sugerira da dio mladih nije dovoljno motiviran ili svjestan potrebe za takvom promjenom.

Iduće pitanje u anketi je glasilo „Preferirate li prirodne izvore šećera ili rafinirane šećere?“ Najviše ispitanika (48,1 %) preferira podjednako prirodne izvore i rafinirane šećere, voće preferira 33 % ispitanika, bijeli šećer 9,4 %, a nije bitno je odabralo 11,3 % ispitanika (Grafikon 9). Rezultati pokazuju da većina ispitanika nema jasnu preferenciju između prirodnih izvora šećera i rafiniranih šećera, što sugerira da im je okus ili praktičnost važnija od vrste šećera. Značajan dio ispitanika ipak preferira prirodne izvore, poput voća, što odražava rastuću svest o zdravijim prehranbenim opcijama. Manji broj ispitanika odabire rafinirane šećere, dok neki ne pridaju važnost tipu šećera, što ukazuje na različite pristupe u percepciji šećera među mladima.

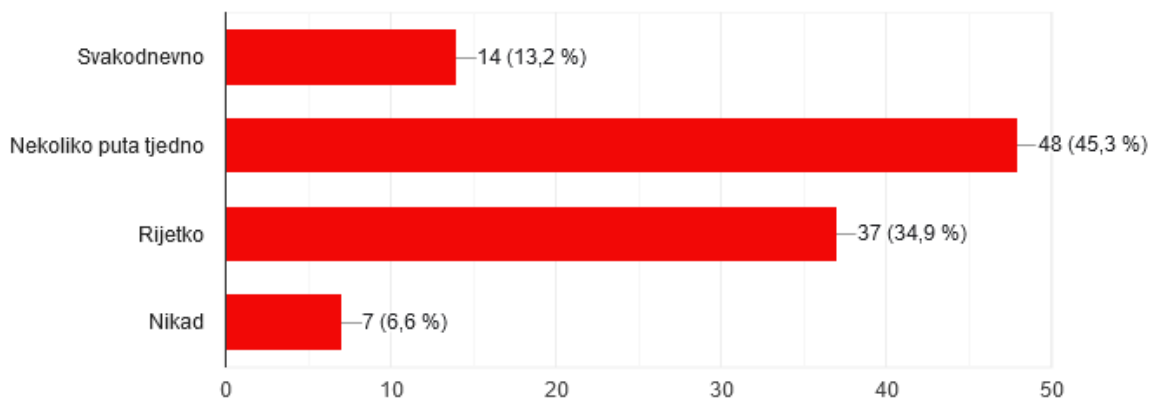


Grafikon 9. Distribucija odgovora na pitanje „Preferirate li prirodne izvore šećera ili rafinirane šećere?“

Prema Grafikonu 10 gdje je prikazana distribucija odgovora na pitanje „Koliko često konzumirate gazirane sokove ili energetske napitke?“, najviše ispitanika je odabralo nekoliko puta tjedno (45,3 %), rijetko konzumira 34,9 %, svakodnevno 13,2 %, a nikad 6,6 % ispitanika.

Većina ispitanika konzumira gazirane sokove ili energetske napitke nekoliko puta tjedno, što ukazuje na učestalu prisutnost ovih napitaka u njihovoj svakodnevnoj ishrani. Iako značajan dio ispitanika konzumira ove napitke samo povremeno, zabrinjavajuće je da neki ispitanici konzumiraju ovakve proizvode na dnevnoj bazi, što može negativno utjecati na njihovo

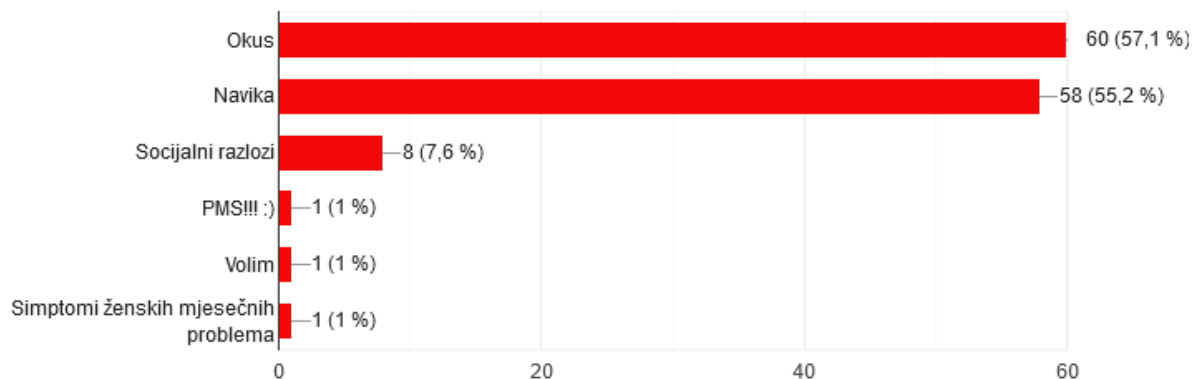
zdravlje. Mali broj ispitanika u potpunosti izbjegava gazirane i energetske napitke, što pokazuje da je svijest o negativnim efektima tih proizvoda još uvijek ograničena.



Grafikon 10. Distribucija odgovora na pitanje „Koliko često konzumirate gazirane sokove ili energetske napitke?“

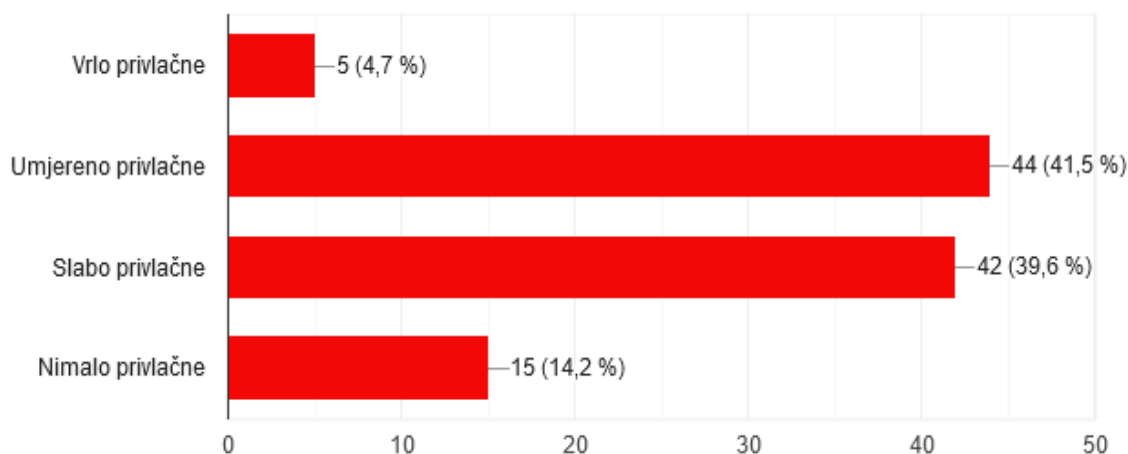
Prema Grafikonu 11, gdje je prikazana distribucija odgovora na pitanje „Koji su vam razlozi za konzumaciju slatkiša?“, najviše ispitanika je odabralo odgovor okus (57,1 %), slijedi navika s 55,2 %, te socijalni razlozi s 7,6 %.

Najviše ispitanika kao razlog za konzumaciju slatkiša navodi uživanje u okusu, što ukazuje na to da slatkiši prvenstveno zadovoljavaju hedonističke potrebe. Navika također igra veliku ulogu, što može biti povezano s dugotrajnim obrascima ponašanja i rutinama.



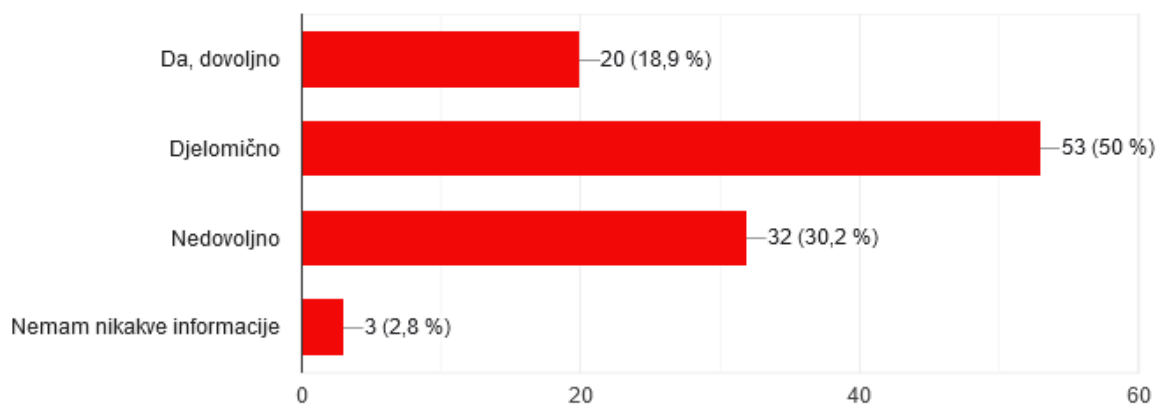
Grafikon 11. Distribucija odgovora na pitanje „Koji su vam razlozi za konzumaciju slatkiša?“

Iduće pitanje je glasilo „Koliko su vam privlačne reklame za proizvode s visokim udjelom šećera?“. Najviše ispitanika je odgovorilo umjereno privlačne (41,5 %), slabo privlačne 39,6 %, nimalo privlačne 14,2 % i vrlo privlačne 4,7 %.



Grafikon 12. Distribucija odgovora na pitanje „Koliko su vam privlačne reklame za proizvode s visokim udjelom šećera?“

Prema Grafikonu 13, gdje je prikazana distribucija odgovora na pitanje „Smatrate li da imate dovoljno informacija o utjecaju šećera na zdravlje?“, točno pola ispitanika (50 %) smatra da djelomično ima dovoljno informacija, nedovoljno smatra 30,2 % ispitanika, dovoljno 18,9 %, a nema nikakve informacije 2,8 % ispitanika.

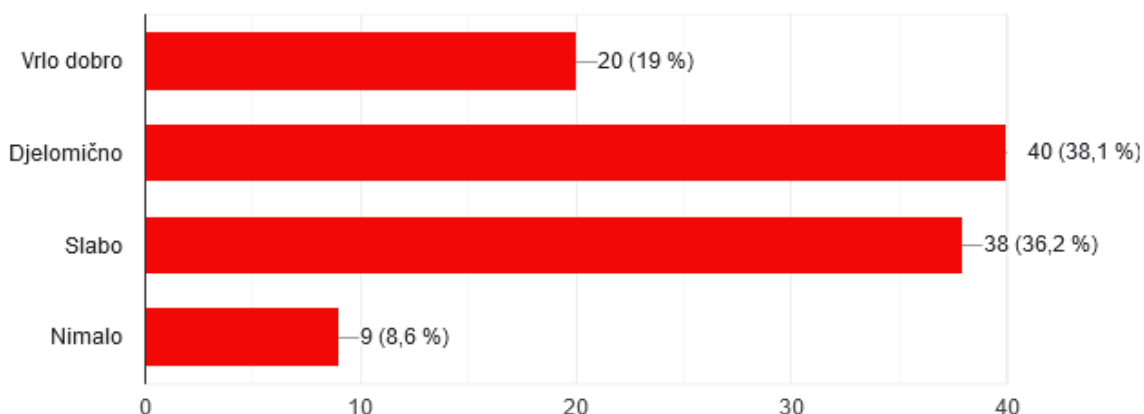


Grafikon 13. Distribucija odgovora na pitanje „Smatrate li da imate dovoljno informacija o utjecaju šećera na zdravlje?“

Većina ispitanika smatra da djelomično ima dovoljno informacija o utjecaju šećera na zdravlje, što sugerira određenu razinu svijesti, ali i prostor za dodatnu edukaciju. Značajan broj ispitanika osjeća da nema dovoljno informacija, što ukazuje na potrebu za boljim pristupom edukativnim materijalima. Samo manji dio ispitanika smatra da je potpuno informiran, dok je vrlo malo onih koji nemaju nikakve informacije.

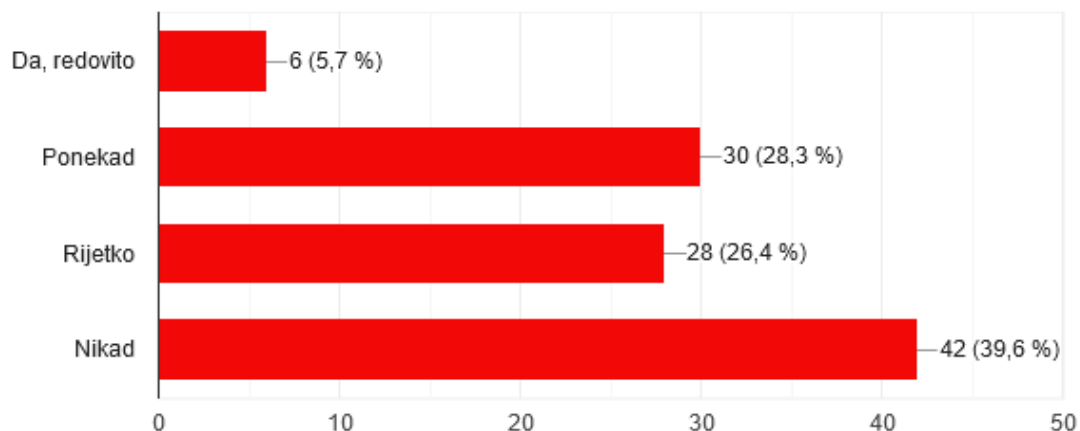
Iduće pitanje je glasilo „Koliko su vas roditelji ili škola educirali o negativnim učincima prekomjerne konzumacije šećera?“. Najviše ispitanika je odabralo odgovor djelomično (38,1 %), slabo 36,2 %, vrlo dobro je odabralo 19 % ispitanika, a nimalo 8,6 %.

Većina ispitanika smatra da su bili djelomično educirani o negativnim učincima prekomjerne konzumacije šećera, što ukazuje na to da su informacije bile dostupne, ali nedovoljno opsežne. Značajan broj ispitanika osjeća da je edukacija bila slaba, što ukazuje na prostor za poboljšanje u obitelji i školama. Manji dio ispitanika ističe da su bili vrlo dobro educirani, dok je nekolicina navela da nisu dobili nikakvu edukaciju.



Grafikon 14. Koliko su vas roditelji ili škola educirali o negativnim učincima prekomjerne konzumacije šećera?

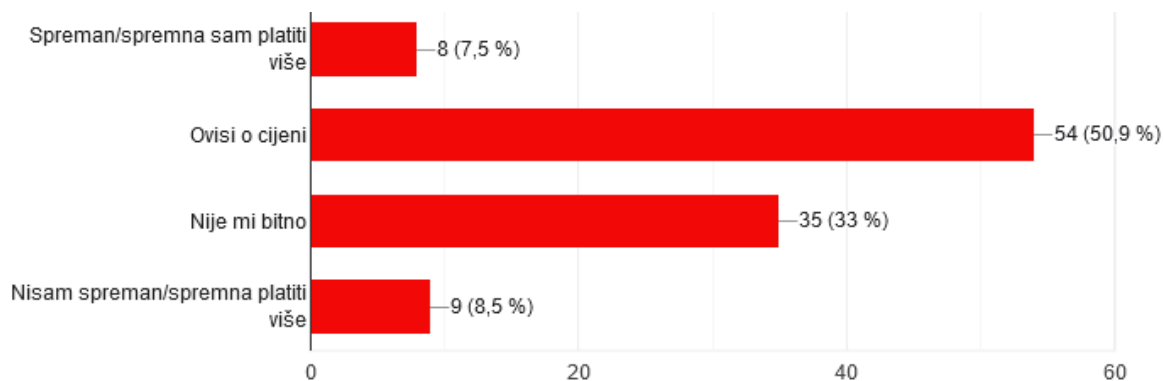
Distribucija odgovora na pitanje „Koristite li alternativne zaslađivače umjesto šećera?“ (Odgovor nikad je odabralo 39,6 % ispitanika, ponekad koristi 28,3 %, rijetko 26,4 %, a redovito 5,7 % ispitanika (Grafikon 15)).



Grafikon 15. Distribucija odgovora na pitanje „Koristite li alternativne zaslađivače umjesto šećera?“

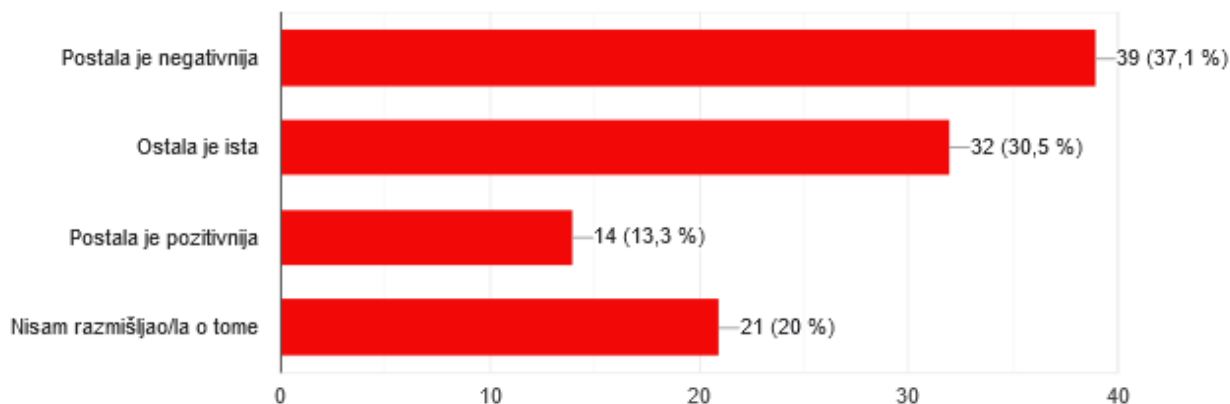
Iduće pitanje je glasilo „Koliko ste spremni platiti više za proizvode s manjim udjelom šećera?“. Polovina ispitanika (50 %) je odabrala odgovor ovisi o cijeni, nije mi bitno je odabralo 33 % ispitanika, nije spremno platiti njih 8,5 %, a spremno je platiti više 7,5 % ispitanika (Grafikon 16).

Većina ispitanika spremnost na plaćanje za proizvode s manjim udjelom šećera uvjetuje cijenom, što sugerira da faktor troškova igra ključnu ulogu u donošenju odluka. Značajan dio ispitanika ne pridaje važnost udjelu šećera u proizvodima, dok samo manji broj njih otvoreno izražava spremnost da plati više za zdravije opcije.



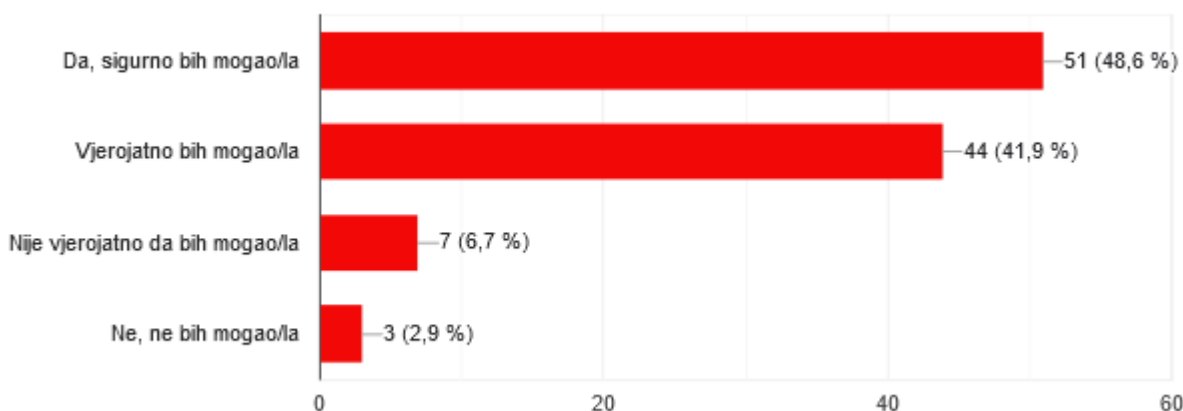
Grafikon 16. Distribucija odgovora na pitanje „Koliko ste spremni platiti više za proizvode s manjim udjelom šećera?“

Prema Grafikonu 17, gdje je prikazana distribucija odgovora na pitanje „Kako vam se promijenila percepcija o šećeru s godinama?“, najviše ispitanika (37,1 %) smatra da je negativnija, ostala je ista 30,5 %, nije razmišljalo o tome 20 % ispitanika, a da je postala pozitivnija smatra njih 13,3 %.



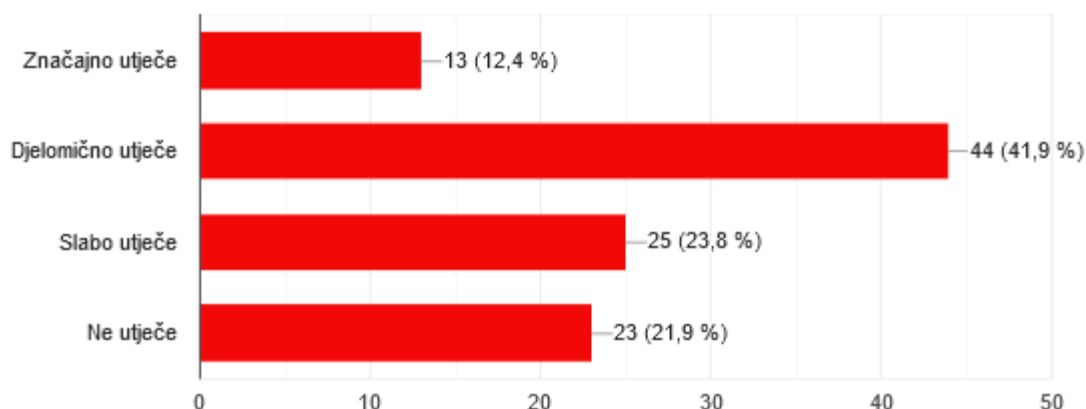
Grafikon 17. Distribucija odgovora na pitanje „Kako vam se promijenila percepcija o šećeru s godinama?“

Iduće pitanje (Grafikon 18) je glasilo „Mislite li da biste mogli smanjiti unos šećera ako bi postojale pristupačne alternative?“. Čak 48,6 % ispitanika smatra sigurno da bi moglo dok njih 41,9 % bi vjerojatno moglo. Ne bi moglo 2,9 % ispitanika, a nije vjerojatno da bi moglo njih 6,7%.



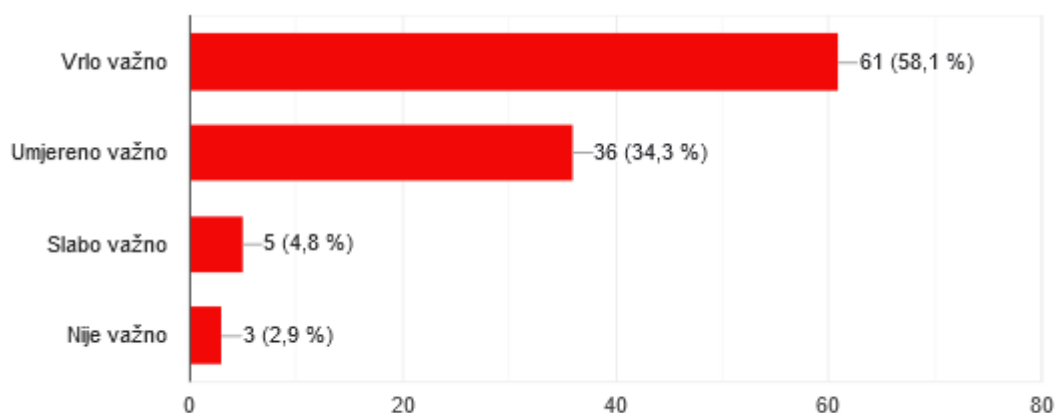
Grafikon 18. Distribucija odgovora na pitanje „Mislite li da biste mogli smanjiti unos šećera ako bi postojale pristupačne alternative?“

Prema Grafikonu 19 gdje je prikazana distribucija odgovora na pitanje „Kako na vašu potrošnju šećera utječe društveno okruženje?“, najviše ispitanika je odabralo odgovor da djelomično utječe (41,9 %), slabo utječe 23,8 %, ne utječe je odabralo 21,9 % ispitanika, a da značajno utječe misli njih 12,4 %.



Grafikon 19. Distribucija odgovora na pitanje „Kako na vašu potrošnju šećera utječe društveno okruženje?“

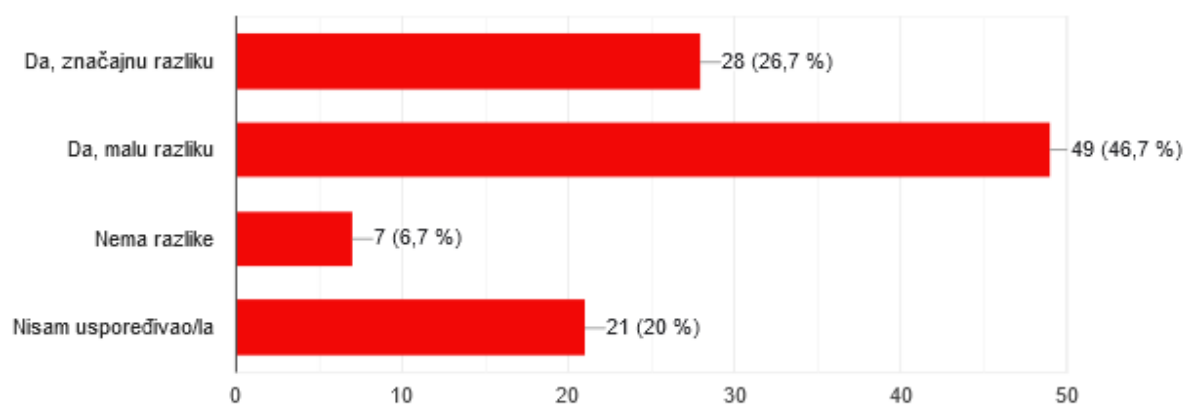
Iduće pitanje je (Grafikon 20) glasilo „Koliko vam je važno da proizvodi s niskim udjelom šećera zadrže dobar okus?“. Vrlo važno je odabralo 58,1 % ispitanika, umjereno važno 34,3 %, slabo mi je važno 4,8 % i nije važno 2,9 %. Ovi rezultati naglašavaju kako potrošači ne samo da traže zdravije opcije, već očekuju i da one zadovolje njihove standarde ukusa.



Grafikon 20. Distribucija odgovora na pitanje „Koliko vam je važno da proizvodi s niskim udjelom šećera zadrže dobar okus?“

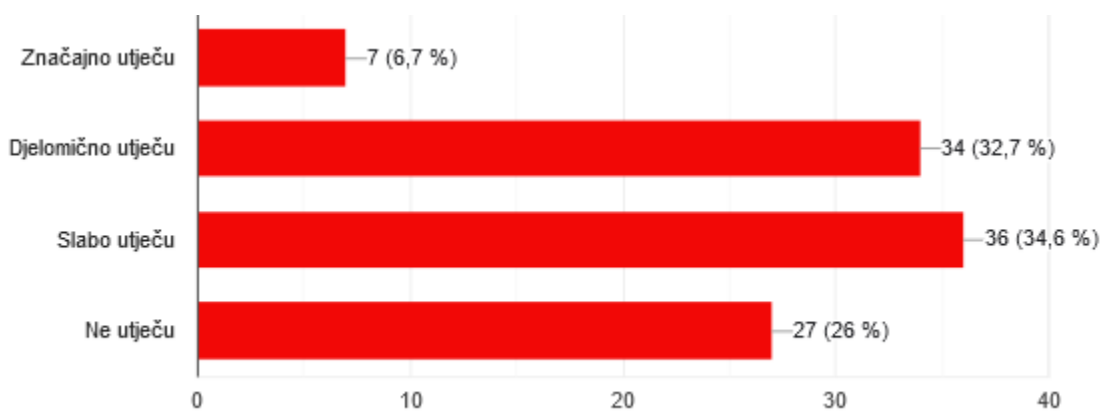
Prema Grafikonu 21 gdje je prikazana distribucija odgovora na pitanje „Jeste li primijetili razliku u okusu između proizvoda s visokim i niskim udjelom šećera?“, malu razliku je primijetilo 46,7 % ispitanika, njih 26,7 % je primijetilo značajnu razliku, nije uspoređivalo njih 20 %, a da nema razlike misli njih 6,7 %.

Ovi podaci sugeriraju da percepcija okusa može značajno varirati među potrošačima, s naglaskom na važnost slatkoće u ukupnom doživljaju proizvoda.



Grafikon 21. Distribucija odgovora na pitanje „Jeste li primijetili razliku u okusu između proizvoda s visokim i niskim udjelom šećera?“

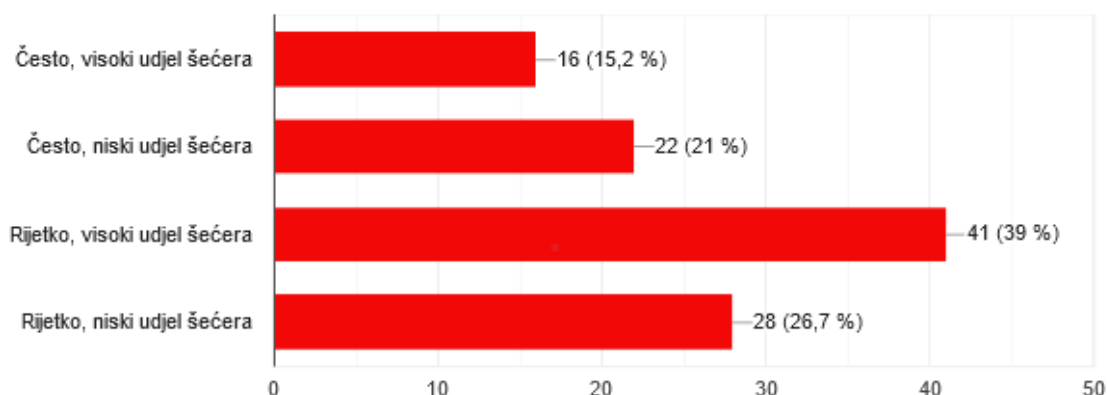
Iduće pitanje je glasilo „Kako na vašu kupovinu utječu kampanje koje promoviraju smanjenje unosa šećera?“. Slabo utječu na 34,6 % ispitanika, djelomično na 32,7 %, ne utječu na njih kod 26 %, a značajno utječu na 6,7 % ispitanika (Grafikon 22).



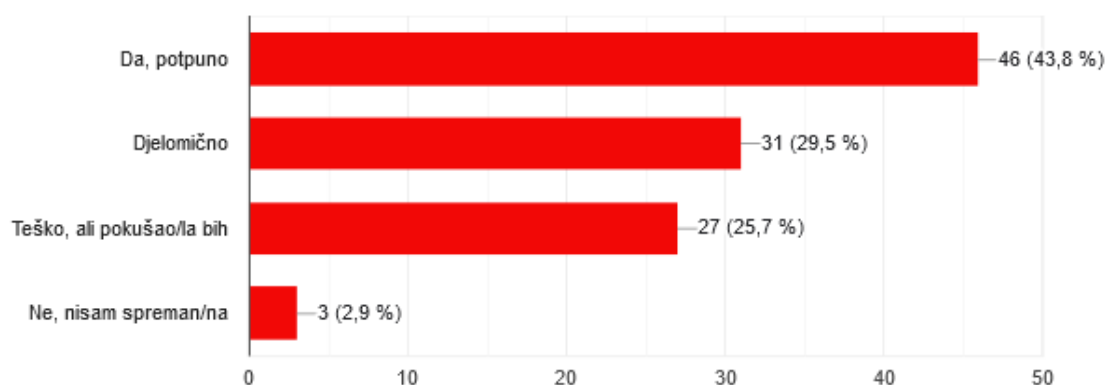
Grafikon 22. Distribucija odgovora na pitanje „Kako na vašu kupovinu utječu kampanje koje promoviraju smanjenje unosa šećera?“

Iako svijest o zdravlju raste, mnogi potrošači možda ne reagiraju snažno na marketinške poruke u ovom području ili ih ne smatraju ključnim faktorom pri izboru proizvoda.

Prema Grafikonu 23 koji prikazuje distribuciju odgovora na pitanje „Koliko često konzumirate brzu hranu i koliko ti obroci sadrže šećera?“, najviše ispitanika je odabralo da konzumira rijetko, ali da sadrži visoki udjel šećera (39 %), njih 26,7 % konzumira rijetko s niskim udjelom šećera, 21 % ispitanika konzumira često uz niski udjel šećera i njih 15,2 % konzumira često uz visoki udjel šećera.



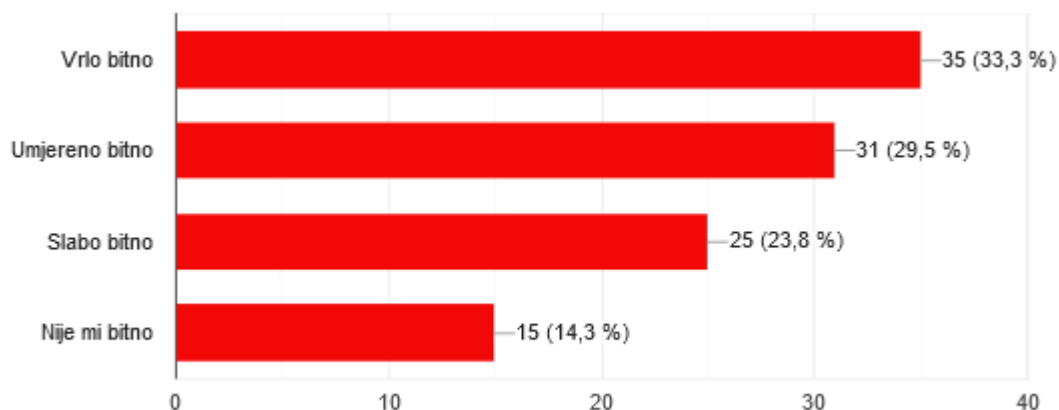
Grafikon 23. Distribucija odgovora na pitanje „Koliko često konzumirate brzu hranu i koliko ti obroci sadrže šećera?“



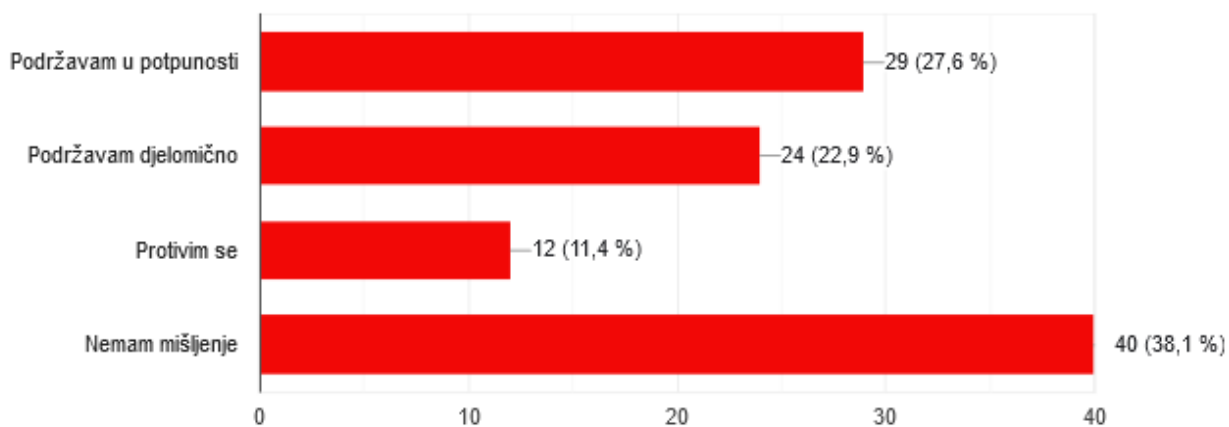
Grafikon 24. Distribucija odgovora na pitanje „Jeste li spremni odricati se omiljenih slatkiša radi zdravlja?“

Iduće pitanje je glasilo „Jeste li spremni odricati se omiljenih slatkiša radi zdravlja?“ Velik dio ispitanika (43,8 %) je u potpunosti spremno se odreći slatkiša, djelomično je spremno 29,5 %, teško, ali bi pokušali njih 25,7 % i nije spremno 2,9 % ispitanika (Grafikon 24).

Prema Grafikonu 25 koji prikazuje distribucija odgovora na pitanje „Koliko vam je bitno da proizvodi koje konzumirate nemaju skriveni šećer?“, najviše ispitanika je odgovorilo da im je vrlo bitno (33,3 %), umjereno bitno je odabralo 29,5 % ispitanika, slabo 23,8 % i nije im bitno 14,3 % ispitanika.



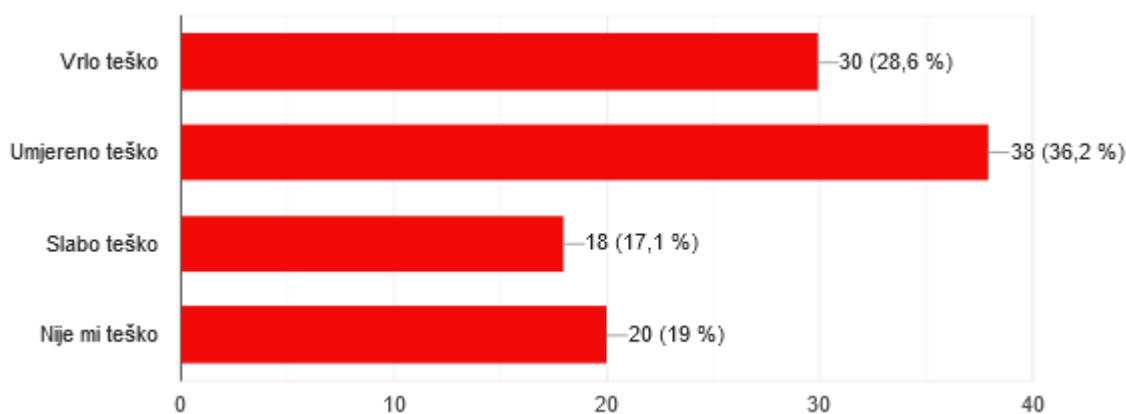
Grafikon 25. Distribucija odgovora na pitanje „Koliko vam je bitno da proizvodi koje konzumirate nemaju skriveni šećer?“



Grafikon 26. Distribucija odgovora na pitanje „Kakvo je vaše mišljenje o porezu na šećer i politici koja ograničava šećer u proizvodima?“

Iduće pitanje je glasilo „Kakvo je vaše mišljenje o porezu na šećer i politici koja ograničava šećer u proizvodima?“ Najviše ispitanika je odabralo da nema mišljenje (38,1 %), podržava u potpunosti njih 27,6 %, djelomično podržava 22,9 % i protivi se 11,4% ispitanika (Grafikon 26). Manji postotak ispitanika protivi se takvim politikama, što sugerira da je stav prema ovoj temi još uvijek podijeljen i da možda zahtijeva više informacija i rasprave.

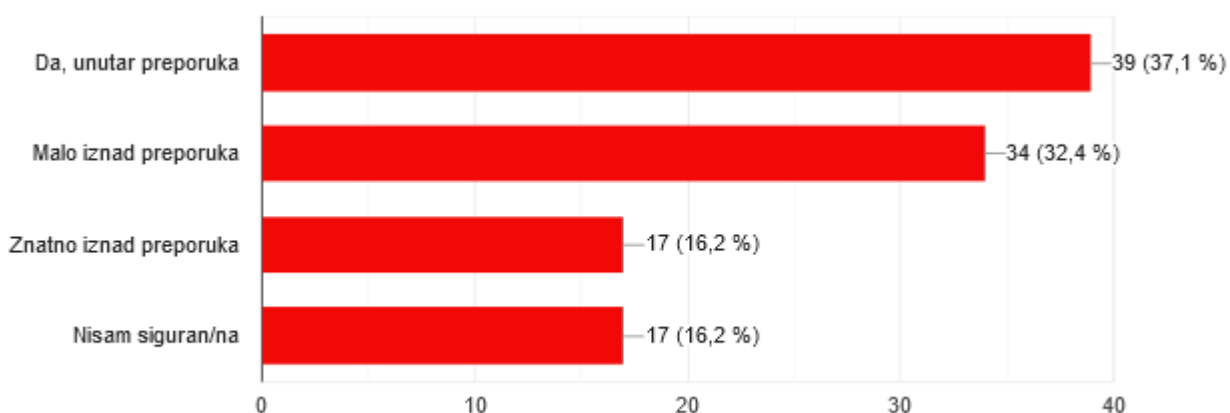
Prema Grafikonu 27 koji prikazuje distribuciju odgovora na pitanje „Koliko vam je teško odoljeti šećeru kad ste pod stresom ili umorni?“ Najviše ispitanika je odabralo da im je umjereno teško (36,2 %), vrlo teško 28,6 %, nije teško 19 % i slabo teško 17,1 % ispitanika. Većina ispitanika smatra da im je barem umjereno teško odoljeti šećeru kad su pod stresom ili umorni, što je razumljivo s obzirom na to da slatka hrana često djeluje kao emocionalni "tješitelj" u takvim trenucima. Iako neki ispitanici tvrde da nemaju problem kontrolirati unos šećera u tim situacijama, čini se da stres i umor za mnoge predstavljaju izazov u održavanju zdrave prehrane, što naglašava važnost emocionalne regulacije i svjesne prehrane.



Grafikon 27. Distribucija odgovora na pitanje „Koliko vam je teško odoljeti šećeru kad ste pod stresom ili umorni?“

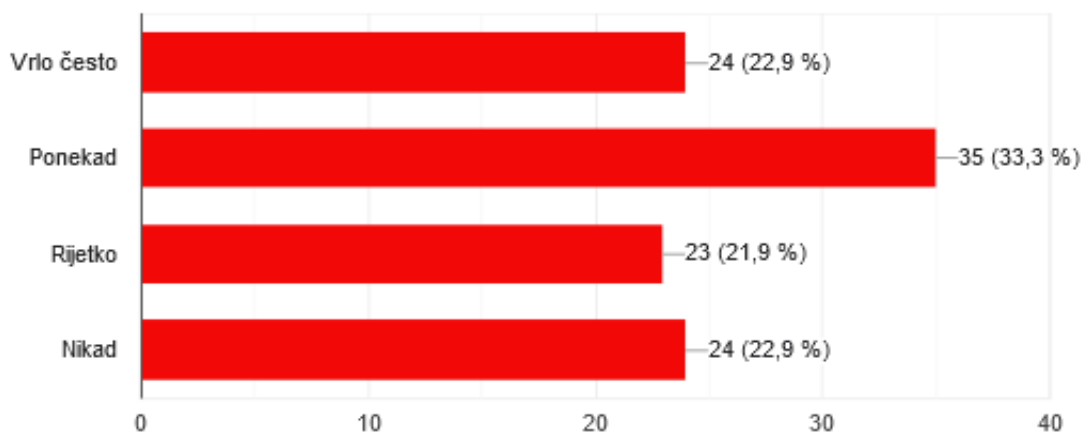
Iduće pitanje je glasilo „Smatrate li da je vaša konzumacija šećera u granicama preporučenih dnevnih unosa?“. Da su unutar preporuka misli 37,1 % ispitanika, malo iznad preporuka 32,4 %, znatno iznad preporuka 16,2 % i nije sigurno njih 16,2 %. Zanimljivo je da se većina ispitanika smatra svjesnima svoje konzumacije šećera, pri čemu mnogi vjeruju da su unutar preporučenih dnevnih unosa ili malo iznad (Grafikon 28).

Međutim, značajan broj ispitanika priznaje da unosi znatno više šećera od preporučenog, dok neki nisu sigurni u svoje prehrambene navike. To ukazuje na potrebu za dodatnim informiranjem i educiranjem o preporučenim razinama unosa šećera i njegovim učincima na zdravlje.



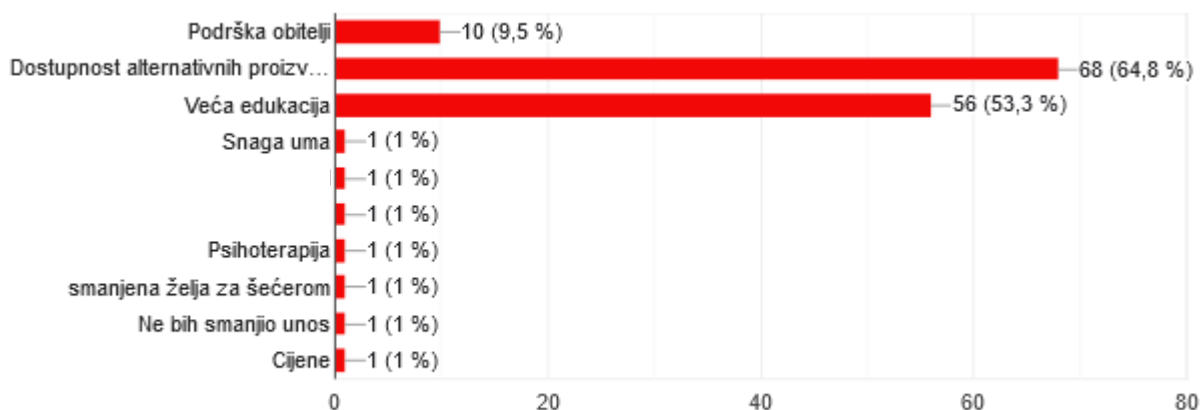
Grafikon 28. Distribucija odgovora na pitanje „Smatrate li da je vaša konzumacija šećera u granicama preporučenih dnevnih unosa?“

Prema Grafikonu 29 koji prikazuje distribuciju odgovora na pitanje „Koliko se često osjećate krivima nakon konzumacije proizvoda s visokim udjelom šećera?“, najviše ispitanika se osjeća ponekad krivima (33,3 %), vrlo često 22,9 %, nikad 22,9 % ispitanika i rijetko 21,9 %.



Grafikon 29. Distribucija odgovora na pitanje „Koliko se često osjećate krivima nakon konzumacije proizvoda s visokim udjelom šećera?“

Zadnje pitanje u anketnom upitniku (Grafikon 30) je glasilo „Koji bi vam faktori najviše pomogli u smanjenju unosa šećera?“. Najviše ispitanika misli da bi im pomogla dostupnost alternativnih proizvoda (64,8 %), veća edukacija kod 53,3 %, te podrška obitelji kod 9,5 % ispitanika.



Grafikon 30. Distribucija odgovora na pitanje „Koji bi vam faktori najviše pomogli u smanjenju unosa šećera?“

Ostali odgovori kao snaga uma, psihoterapija, smanjena želja za šećerom, cijene ili ne bi smanjio unos šećera odabralo je 1 % ispitanika. Ovo ukazuje na to da mnogi vjeruju kako vanjski faktori, poput ponude na tržištu i edukacije, igraju važniju ulogu od unutarnjih čimbenika u procesu smanjenja šećera.

5. RASPRAVA

Anketa prikazana rezultatima pokazuje da ispitanici najčešće misle da društveno okruženje djeluje djelomično prema njihovoj potrošnji šećera. Manji postotak ispitanika govori da društveni faktori imaju slab ili nikakav utjecaj, dok izražena manjina vjeruje da njihove prehrambene navike formira društveno okruženje. Ovi nalazi govore o tome kako bi društveno okruženje moglo imati ulogu u prehrambenim odabirima, ali da su vjerojatnije osobne sklonosti i navike. Ovo je možda zbog osobnih preferencija i uvjerenja koja “pobjeđuju” nad vanjskim.

Većina ispitanika ističe važnost dobrog okusa u proizvodima smanjenog šećera. To sugerira da i dalje okus igra ključnu ulogu u izboru hrane kod ispitanika. To može biti izazov za proizvođače ako žele povećati tržište proizvoda smanjenog šećera. Proizvođači se moraju odlučiti hoće li proizvesti manje zdrave proizvode koji sadrže manje šećera kako bi osigurali okus ili zdravije opcije koje neće odgovarati potrošačima.

Gotovo polovica ispitanika primijetila je malu razliku u okusu između proizvoda s visokim i niskim udjelom šećera, dok značajnu razliku primjećuje manji postotak. Zanimljivo je da dio ispitanika nije usporedio ove proizvode, a vrlo mali broj smatra da nema razlike. Ovi rezultati mogu ukazivati na to da potrošači koji su svjesni razlika u okusu mogu biti spremniji prilagoditi svoje navike, dok oni koji nisu usporedili proizvode možda nisu dovoljno motivirani ili informirani da uoče te razlike.

Rezultati pokazuju da marketinške kampanje koje promoviraju smanjenje unosa šećera imaju samo djelomičan ili slab utjecaj na većinu ispitanika, dok manji postotak vjeruje da takve kampanje značajno utječu na njihove odluke o kupovini. Ovo može ukazivati na to da marketinške kampanje nisu uvijek dovoljno uvjerljive ili da postoje drugi faktori koji imaju veći utjecaj na odluke potrošača. Također, moguće je da kampanje nisu dovoljno ciljane ili da ne nude konkretne rješenja koja bi potrošači prepoznali kao korisne.

6. ZAKLJUČAK

Može se primijetiti da je prehrambena industrija suočena s brojnim izazovima u prilagodbi svojim potrošačima. Istraživanje je pokazalo da mladi potrošači preferiraju proizvode s nižim udjelom šećera, dok istovremeno zahtijevaju visokokvalitetne i ukusne alternative. Zdravlje i prehrambene navike su ključni faktori koji oblikuju njihove odluke, dok je trend smanjenja konzumacije šećera u značajnoj mjeri potaknut rastućom svijješću o povezanosti šećera s različitim zdravstvenim problemima. Različiti oblici slatkiša i pića s niskim udjelom šećera ili alternativama zaslađivačima dobivaju na popularnosti. Povećana dostupnost i promocija ovih proizvoda može igrati ključnu ulogu u zadovoljavanju potreba mladih potrošača. Također, marketinške strategije i obrazovne kampanje trebaju biti usmjerene na informiranje mladih o zdravim prehrambenim opcijama. Uz to, značajnu ulogu u oblikovanju prehrambenih navika mladih igraju i roditelji, obrazovne institucije te društveni mediji. Industrija treba kontinuirano pratiti trendove i preferencije mladih potrošača kako bi prilagodila svoje proizvode i strategije na način koji zadovoljava njihove očekivanja i potrebe. Ova prilagodba će omogućiti bolje usklađivanje s očekivanjima tržišta i doprinos zdravijem načinu života mladih ljudi.

7. POPIS LITERATURE

1. Crockett, S., Troop, N. A. (2019.). Behavioral interventions for reducing sugar intake: A systematic review. *Behavioral Medicine*, 45 (2): 105-114.
2. Jelić Milković, S., Lončarić, R., Kristić, J. (2018.). Potrošačke preferencije mladih potrošača prilikom kupnje prehrambenih proizvoda. *Agroeconomia Croatica*, 8 (1): 1-12.
3. Kovačićek, T., Čučuz, D., Jež Rogelj, M., Hadelan, L., Mikuš, O. (2018.). Vanjskotrgovinska razmjena poljoprivredno-prehrambenih proizvoda prije i nakon pristupanja Republike Hrvatske Europskoj uniji. *Agroeconomia Croatica*, 8 (1): 33-41.
4. Kranjac, D., Zmaić, K., Erjavec, E. (2018). Pregled i perspektiva tržišta svinjskog mesa u Republici Hrvatskoj - simulacija modelom parcijalne ravnoteže. *Agroeconomia Croatica*, 8 (1): 75-83.
5. Kristić, J., Fosić, I., Crnčan, A. (2018). Stavovi mladih potrošača o cijeni i promociji mlijeka i mliječnih proizvoda. *Agroeconomia Croatica*, 8 (1): 13-22.
6. Stupnišek, I., Cerjak, M. (2018). Čitaju li hrvatski potrošači deklaracije uz svježe povrće? *Agroeconomia Croatica*, 8 (1): 42-53.

8. SAŽETAK

Analizom tržišta i anketiranjem mladih potrošača utvrđeno je da postoji značajna sklonost prema proizvodima s nižim sadržajem šećera zbog sve većeg interesa za zdravlje. Istraživanje pokazuje da mladi ljudi traže proizvode koji nude istovremeno kvalitetu i niži sadržaj šećera, te su spremni prihvatiti alternative poput prirodnih zaslađivača. Promjene u prehrambenim navikama potaknute su rastućom svijješću o negativnim učincima šećera na zdravlje. Marketinške strategije trebaju se fokusirati na educiranje potrošača o zdravijim opcijama i pružanje proizvoda koji ispunjavaju ove zahtjeve. Rezultati sugeriraju da će budući razvoj proizvoda i marketinške strategije biti ključni za zadovoljavanje potreba mladih potrošača i prilagodbu prehrambenih navika. Ovaj rad pruža smjernice za industriju kako bi se bolje uskladila s promjenjivim preferencijama mladih potrošača.

Ključne riječi: potrošačke preferencije, mladi potrošači, konzumacija šećera

9. SUMMARY

Market analysis and surveys of young consumers have established that there is a significant preference for products with a lower sugar content due to the growing interest in health. Research shows that young people are looking for products that offer both quality and lower sugar content, and are ready to accept alternatives such as natural sweeteners. Changes in eating habits are driven by growing awareness of the negative effects of sugar on health. Marketing strategies should focus on educating consumers about healthier options and providing products that meet these demands. The results suggest that future product development and marketing strategies will be key to meeting the needs of young consumers and adapting dietary habits. This paper provides guidance for the industry to better align with the changing preferences of young consumers.

Keywords: consumer preferences, young consumers, sugar consumption

10. PRILOZI

Obrazac anketnog upitnika – Potrošačke preferencije mladih potrošača pri konzumaciji šećera

POTROŠAČKE PREFERENCIJE MLADIH POTROŠAČA PRI KONZUMACIJI ŠEĆERA

B *I* U ↻ ✕

Opis obrasca

1. Koliko često konzumirate proizvode koji sadrže šećer?

- Svakodnevno
- Nekoliko puta tjedno
- Nekoliko puta mjesečno
- Rijetko ili nikad

2. Koje vrste proizvoda s visokim udjelom šećera najčešće konzumirate?

- Slatkiši
 - Gazirani sokovi
 - Kolači
 - Ostalo...
-

3. Koliko vam je važno smanjiti unos šećera u svakodnevnoj prehrani?

- Vrlo važno
- Umjereno važno
- Nije osobito važno
- Nije uopće važno

...

4. Jeste li svjesni koliko šećera unosite svakodnevno?

- Da, potpuno svjesni
 - Djelomično svjesni
 - Slabo svjesni
 - Nisam svjestan/svjesna
-

5. Kupujete li proizvode s oznakom „bez dodanog šećera“?

- Da, redovito
- Ponekad
- Rijetko
- Nikada

6. Kada birate hranu ili piće, provjeravate li na deklaraciji količinu šećera?

- Uvijek
 - Ponekad
 - Rijetko
 - Nikad
-

7. Koliko vas brine utjecaj šećera na zdravlje?

- Vrlo zabrinut/a
- Umjereno zabrinut/a
- Slabo zabrinut/a
- Nimalo zabrinut/a

8. Jeste li ikada pokušali smanjiti unos šećera? Ako da, na koji način?

- Da, zamjenom proizvoda
 - Da, smanjenjem porcija
 - Da, ali bezuspješno
 - Ne, nikada
-

9. Preferirate li prirodne izvore šećera ili rafinirane šećere?

- Prirodne izvore (voće)
- Rafinirane šećere (bijeli šećer)
- Oboje podjednako
- Nije mi bitno

10. Koliko često konzumirate gazirane sokove ili energetske napitke?

- Svakodnevno
 - Nekoliko puta tjedno
 - Rijetko
 - Nikad
-

11. **Koji su vam razlozi za konzumaciju slatkiša?*

- Okus
- Navika
- Socijalni razlozi
- Ostalo...

...

12. Koliko su vam privlačne reklame za proizvode s visokim udjelom šećera?

- Vrlo privlačne
 - Umjereno privlačne
 - Slabo privlačne
 - Nimalo privlačne
-

13. Smatrate li da imate dovoljno informacija o utjecaju šećera na zdravlje?

- Da, dovoljno
- Djelomično
- Nedovoljno
- Nemam nikakve informacije

...

14. Koliko su vas roditelji ili škola educirali o negativnim učincima prekomjerne konzumacije šećera?

- Vrlo dobro
 - Djelomično
 - Slabo
 - Nimalo
-

15. Koristite li alternativne zaslađivače umjesto šećera?

- Da, redovito
- Ponekad
- Rijetko
- Nikad

...

16. Koliko ste spremni platiti više za proizvode s manjim udjelom šećera?

- Spreman/spremna sam platiti više
 - Ovisi o cijeni
 - Nije mi bitno
 - Nisam spreman/spremna platiti više
-

17. Kako vam se promijenila percepcija o šećeru s godinama?

- Postala je negativnija
- Ostala je ista
- Postala je pozitivnija
- Nisam razmišljao/la o tome

18. Mislite li da biste mogli smanjiti unos šećera ako bi postojale pristupačne alternative?

- Da, sigurno bih mogao/la
 - Vjerojatno bih mogao/la
 - Nije vjerojatno da bih mogao/la
 - Ne, ne bih mogao/la
-

19. Kako na vašu potrošnju šećera utječe društveno okruženje?

- Značajno utječe
- Djelomično utječe
- Slabo utječe
- Ne utječe

20. Koliko vam je važno da proizvodi s niskim udjelom šećera zadrže dobar okus?

- Vrlo važno
 - Umjereno važno
 - Slabo važno
 - Nije važno
-

21. Jeste li primijetili razliku u okusu između proizvoda s visokim i niskim udjelom šećera?

- Da, značajnu razliku
- Da, malu razliku
- Nema razlike
- Nisam uspoređivao/la

22. Kako na vašu kupovinu utječu kampanje koje promoviraju smanjenje unosa šećera?

- Značajno utječu
 - Djelomično utječu
 - Slabo utječu
 - Ne utječu
-

23. Koliko često konzumirate brzu hranu i koliko ti obroci sadrže šećera?

- Često, visoki udjel šećera
- Često, niski udjel šećera
- Rijetko, visoki udjel šećera
- Rijetko, niski udjel šećera

24. Jeste li spremni odricati se omiljenih slatkiša radi zdravlja?

- Da, potpuno
 - Djelomično
 - Teško, ali pokušao/la bih
 - Ne, nisam spreman/na
-

25. Koliko vam je bitno da proizvodi koje konzumirate nemaju skriveni šećer?

- Vrlo bitno
- Umjereno bitno
- Slabo bitno
- Nije mi bitno

26. Kakvo je vaše mišljenje o porezu na šećer i politici koja ograničava šećer u proizvodima?

- Podržavam u potpunosti
 - Podržavam djelomično
 - Protivim se
 - Nemam mišljenje
-

27. Koliko vam je teško odoljeti šećeru kad ste pod stresom ili umorni?

- Vrlo teško
- Umjereno teško
- Slabo teško
- Nije mi teško

28. Smatrate li da je vaša konzumacija šećera u granicama preporučenih dnevnih unosa?

- Da, unutar preporuka
- Malo iznad preporuka
- Znatno iznad preporuka
- Nisam siguran/na

29. Koliko se često osjećate krivima nakon konzumacije proizvoda s visokim udjelom šećera?

- Vrlo često
- Ponekad
- Rijetko
- Nikad

30. Koji bi vam faktori najviše pomogli u smanjenju unosa šećera?

- Podrška obitelji
- Dostupnost alternativnih proizvoda
- Veća edukacija
- Ostalo...

11. POPIS GRAFIKONA

Grafikon 1. Distribucija odgovora na pitanje „Koliko često konzumirate proizvode koji sadrže šećer?“	5
Grafikon 2. Distribucija odgovora na pitanje „Koje vrste proizvoda s visokim udjelom šećera najčešće konzumirate?“	6
Grafikon 3. Distribucija odgovora na pitanje „Koliko vam je važno smanjiti unos šećera u svakodnevnoj prehrani?“	6
Grafikon 4. Distribucija odgovora na pitanje „Jeste li svjesni koliko šećera unosite svakodnevno?“	7
Grafikon 5. Distribucija odgovora na pitanje „Kupujete li proizvode s oznakom „bez dodanog šećera?“	8
Grafikon 6. Distribucija odgovora na pitanje „Kada birate hranu ili piće, provjeravate li na deklaraciji količinu šećera?“	8
Grafikon 7. Distribucija odgovora na pitanje „Koliko vas brine utjecaj šećera na zdravlje?“ ..	9
Grafikon 8. Distribucija odgovora na pitanje „Jeste li ikada pokušali smanjiti unos šećera? Ako da, na koji način?“	9
Grafikon 9. Distribucija odgovora na pitanje „Preferirate li prirodne izvore šećera ili rafinirane šećere?“	10
Grafikon 10. Distribucija odgovora na pitanje „Koliko često konzumirate gazirane sokove ili energetske napitke?“	11
Grafikon 11. Distribucija odgovora na pitanje „Koji su vam razlozi za konzumaciju slatkiša?“	11
Grafikon 12. Distribucija odgovora na pitanje „Koliko su vam privlačne reklame za proizvode visokim udjelom šećera?“	12
Grafikon 13. Distribucija odgovora na pitanje „Smatrate li da imate dovoljno informacija o utjecaju šećera na zdravlje?“	12
Grafikon 14. Koliko su vas roditelji ili škola educirali o negativnim učincima prekomjerne konzumacije šećera?	13
Grafikon 15. Distribucija odgovora na pitanje „Koristite li alternativne zaslađivače umjesto šećera?“	14

Grafikon 16. Distribucija odgovora na pitanje „Koliko ste spremni platiti više za proizvode s manjim udjelom šećera?“	14
Grafikon 17. Distribucija odgovora na pitanje „Kako vam se promijenila percepcija o šećeru s godinama?“	15
Grafikon 18. Distribucija odgovora na pitanje „Mislite li da biste mogli smanjiti unos šećera ako bi postojale pristupačne alternative?“	15
Grafikon 19. Distribucija odgovora na pitanje „Kako na vašu potrošnju šećera utječe društveno okruženje?“	16
Grafikon 20. Distribucija odgovora na pitanje „Koliko vam je važno da proizvodi s niskim udjelom šećera zadrže dobar okus?“	16
Grafikon 21. Distribucija odgovora na pitanje „Jeste li primijetili razliku u okusu između proizvoda s visokim i niskim udjelom šećera?“	17
Grafikon 22. Distribucija odgovora na pitanje „Kako na vašu kupovinu utječu kampanje koje promoviraju smanjenje unosa šećera?“	17
Grafikon 23. Distribucija odgovora na pitanje „Koliko često konzumirate brzu hranu i koliko ti obroci sadrže šećera?“	18
Grafikon 24. Distribucija odgovora na pitanje „Jeste li spremni odricati se omiljenih slatkiša radi zdravlja?“	18
Grafikon 25. Distribucija odgovora na pitanje „Koliko vam je bitno da proizvodi koje konzumirate nemaju skriveni šećer?“	19
Grafikon 26. Distribucija odgovora na pitanje „Kakvo je vaše mišljenje o porezu na šećer i politici koja ograničava šećer u proizvodima?“	19
Grafikon 27. Distribucija odgovora na pitanje „Koliko vam je teško odoljeti šećeru kad ste pod stresom ili umorni?“	20
Grafikon 28. Distribucija odgovora na pitanje „Smatrate li da je vaša konzumacija šećera u granicama preporučenih dnevnih unosa?“	21
Grafikon 29. Distribucija odgovora na pitanje „Koliko se često osjećate krivima nakon konzumacije proizvoda s visokim udjelom šećera?“	21
Grafikon 30. Distribucija odgovora na pitanje „Koji bi vam faktori najviše pomogli u smanjenju unosa šećera?“	22

**Potrošačke preferencije mladih potrošača pri
konzumaciji šećera**

Antonio Sabljic

Sažetak:

Analizom tržišta i anketiranjem mladih potrošača utvrđeno je da postoji značajna sklonost prema proizvodima s nižim sadržajem šećera zbog sve većeg interesa za zdravlje. Istraživanje pokazuje da mladi ljudi traže proizvode koji nude istovremeno kvalitetu i niži sadržaj šećera, te su spremni prihvatiti alternative poput prirodnih zaslađivača. Promjene u prehranbenim navikama potaknute su rastućom svijješću o negativnim učincima šećera na zdravlje. Marketinške strategije trebaju se fokusirati na educiranje potrošača o zdravijim opcijama i pružanje proizvoda koji ispunjavaju ove zahtjeve. Rezultati sugeriraju da će budući razvoj proizvoda i marketinške strategije biti ključni za zadovoljavanje potreba mladih potrošača i prilagodbu prehranbenih navika. Ovaj rad pruža smjernice za industriju kako bi se bolje uskladila s promjenjivim preferencijama mladih potrošača.

Rad je izrađen pri: Fakultet agrobiotehničkih znanosti Osijek

Mentor: doc. dr.sc. Jelena Kristić

Broj stranica: 44

Broj grafikona i slika: 30

Broj tablica: 0

Broj literaturnih navoda: 6

Broj priloga: 1

Jezik izvornika: hrvatski

Ključne riječi: potrošačke preferencije, mladi potrošači, konzumacija šećera

Datum obrane: 30.09.2024.

Stručno povjerenstvo za obranu:

1. prof. dr. sc. Ružica Lončarić, predsjednik
2. doc.dr.sc. Jelena Kristić, mentor
3. dr.sc. Sanja Jelić Milković, član

Rad je pohranjen u knjižnici Fakulteta agrobiotehničkih znanosti Osijek i u digitalnom repozitoriju završnih i diplomskih radova Fakulteta agrobiotehničkih znanosti Osijek.

BASIC DOCUMENTATION CARD

**Josip Juraj Strossmayer University of Osijek
Faculty of Agrobiotechnical Sciences Osijek
University Graduate Studies Agroecconomics**

Graduate thesis

Young consumer preferences for the
consumption of sugar

Antonio Sabljic

Abstract:

Market analysis and surveys of young consumers have established that there is a significant preference for products with a lower sugar content due to the growing interest in health. Research shows that young people are looking for products that offer both quality and lower sugar content, and are ready to accept alternatives such as natural sweeteners. Changes in eating habits are driven by growing awareness of the negative effects of sugar on health. Marketing strategies should focus on educating consumers about healthier options and providing products that meet these demands. The results suggest that future product development and marketing strategies will be key to meeting the needs of young consumers and adapting dietary habits. This paper provides guidance for the industry to better align with the changing preferences of young consumers.

Thesis performed at: Faculty of Agrobiotechnical Sciences Osijek

Mentor: PhD Jelena Kristić

Number of pages: 44

Number of figures: 30

Number of tables: 0

Number of references: 6

Number of appendices: 1

Original in: Croatian

Keywords: consumer preferences, young consumers, sugar consumption

Thesis defended on date: 30.09.2024.

Reviewers:

1. PhD Ružica Lončarić, Full professor, President
2. PhD Jelena Kristić, Assistant professor, mentor
3. PhD Sanja Jelić Milković, Postdoctoral researcher, member

Thesis deposited at Library of Faculty of Agrobiotechnical Sciences Osijek and in digital repository of Faculty of Agrobiotechnical Sciences Osijek.