

Kriterijumi potrošača pri izboru govedeg mesa u maloprodaji: *Pozicija govedeg u odnosu na ostale vrste mesa, razlozi i učestalost upotrebe u svakodnevnoj ishrani i vidovi njegove kulinarske pripreme***

DUŠICA OSTOJIĆ^{1*}, V. BOGDANOVIĆ², M. M. PETROVIĆ¹, S.
ALEKSIĆ¹, B. MIŠČEVIĆ¹, V. PANTELIC¹

¹ Institut za stočarstvo, Beograd-Zemun; ² Poljoprivredni fakultet,
Zemun;

*Corresponding author: dusicaostojic@yahoo.com

** Originalan naučni rad (Original scientific paper) finansiran od strane
Ministarstva nauke i zaštite životne sredine, projekat TR6887B

Prikupljanjem informacija putem anketiranja gradskog stanovništva (N=478) analiziran je stav potrošača prema atributima kvaliteta govedeg mesa, kao i njihove sklonosti i navike kada su u pitanju izbor kategorije, maloprodajnih delova i iznutrica. Takođe je ispitana pozicija govedeg u odnosu na ostale vrste mesa, razlozi i učestalost upotrebe u svakodnevnoj ishrani i vidovi njegove kulinarske pripreme. Podaci su dalje analizirani prema polu, uzrastu i zanimanju ispitanika kako bi se izveo zaključak o njihovom uticaju na kriterijume za izbor.

Potrošači ženskog pola konzumiraju goveđe meso (17,7%) više od ovčijeg (6,7%), a manje od svinjskog (39,0 %) i živinskog (36,5%). U odnosu na njih, potrošači muškog pola konzumiraju nešto više svinjskog (41,8%), govedeg (26,0 %) i ovčijeg mesa (9,2 %) na račun slabije konzumacije živinskog mesa (23,0 %). Pri izboru kategorije govedeg mesa 67,7% potrošača izjasnilo se za juneće, 28,6% za teleće i samo 3,7% za goveđe meso. Oko 50% potrošača izjavilo je da im je pri izboru vrste mesa na prvom mestu sopstvena sklonost, pa tek onda kvalitet, cena mesa ili preporuka lekara. Ipak, potrošači sa višim obrazovanjem, kao i potrošači ženskog pola i mlađeg uzrasta preferiraju meso boljih kategorija sa manjim sadržajem masti. Vizuelni utisak pri izboru junećeg mesa u maloprodaji je najbitniji za prosečnog potrošača. Oko 43% učesnika u anketi navodi boju mesa kao odlučujući faktor, pri čemu je najpoželjnija ružičasto-crvena. Drugi činilac pri izboru mesa jeste zastupljenost masnog tkiva čije veće prisustvo cene

potrošači muškog pola i starijeg uzrasta smatrajući ga ukusnijim. Junetina se najčešće (60%) konzumira jedanput nedeljno i to kuvana, u vidu supa ili variva, uz posebnu naklonjenost muškog pola dimljenom junećem mesu. Potrošači najčešće kupuju juneće grudi i rebra (40%), a najređe biftek (2,5%), odnosno najčešće pripremaju jela od govedeg mesa sa kostima, kao i od mešanog mlevenog mesa. Upotreba iznutrica je slabo izražena, posebno u ženskoj populaciji, pri čemu se najčešće koriste jetra, srce, juneći želudac (tzv. škembić) i jezik.

Ključne reči: juneće i goveđe meso; kvalitet; izbor; potrošač; anketa

Uvod i pregled literature

Značaj govedarstva u proizvodnji mesa ogleda se u sposobnosti goveda da konvertuju raznovrsne biljne, celulozom bogate proizvode u visokovredne proizvode namenjene ishrani ljudske populacije. Goveđe meso odlikuje izuzetna nutritivna vrednost obzirom na visok sadržaj proteina visoke biološke vrednosti uz mali sadržaj masti i obilje zaštitnih materija-vitamina i minerala (*Petrović i sar., 2002*).

Proizvodnja govedeg mesa u RS najveći fizički obim dostigla je 1985. god.(156.000 t) nakon čega opada do 2001. godine (93.000 t) da bi u narednoj godini došlo do blagog povećanja na 97.000 t. Najveće učešće u ukupnoj proizvodnji mesa svih vrsta ostvareno je 1970. god. (27,41%). Nakon toga učešće postepeno opada do 19,88% 2000. god., posle čega se ponovo ispoljava trend blagog rasta.

Kada je potrošnja u pitanju, prema podacima Zavoda za statistiku RS, prosečna godišnja potrošnja svežeg junećeg mesa po članu domaćinstva opadala je sa 5,4 kg (1998) na minimalnih 3,4 kg (2000) posle čega je usledilo povećanje na 4,8 kg (2002). Paralelno se kretalo i učešće potrošnje junetine u odnosu na ostale vrste mesa, od 17% (1998) do 13,5% (2002).

Proizvodnja i potrošnja govedine kod nas u odnosu na razvijene zemlje poput Francuske, Španije i Italije, još uvek su male i neprimerene zemljišnim i ostalim potencijalima koje posedujemo. Polazeći i od nutritivnog značaja govedeg mesa u ishrani stanovništva, od suštinske je

važnosti popularizacija potrošnje ove vrste mesa u našoj zemlji (*Aleksić i sar., 1997, Miščević i sar., 2003*).

Programi genetskog unapređenja tovnih goveda su tradicionalno fokusirani primarno na osobine porasta, odnosno dnevni prirast i konverziju hrane kao faktore od uticaja na rentabilnost proizvodnje i profit klanične industrije. Sa druge strane, zahtevi savremenog potrošača kada je u pitanju kvalitet mesa dobijaju na značaju, posebno u razvijenim zemljama gde se adekvatno tome formiraju posebni sistemi vrednovanja mesa (*Richardson et al., 1994*). Većina autora, među kojima i *Radovanović (1994)* citira *Hamonda i sar. (1971)* koji smatraju da je najkvalitetnije ono meso koje se »potrošaču više dopada a prodavac ga najbolje može prodati« što znači da kvalitet mesa određuju potrošači- potrošnjom i cenom koju su spremni da za njega plate.

Može se zaključiti da bi budući selekcijsko-odgajivački programi tovnih goveda trebalo da unaprede ne samo tovnice osobine već da obezbede takve genotipova goveda za plasman junećeg mesa na tržištu koje će najbolje odgovarati aktuelnom ukusu i potrebama potrošača. *Pavlovska i sar. (2003)* utvrdili su da većina anketiranih potrošača smatra da su rasa, pol i starost faktori od uticaja na kvalitet mesa.

Ispitivanje mišljenja potrošača o atributima kvaliteta junećeg mesa, učestalosti i vidovima njegove konzumacije, predstavlja prvi korak u nameri da se proizvodnja govedine u našoj zemlji približi potrebama i željama savremenog potrošača. Nakon toga usledio bi odabir ili konstituisanje novog genotipa koji bi najbolje odgovarao postavljenim zahtevima.

Materijal i metod rada

Za ispitivanje je korišćena metoda anketiranja slučajnim odabirom 478 ispitanika različite starosti, pola i zanimanja. Anketiranje je obuhvatilo potrošače na teritoriji Beograda kao najznačajnijeg tržišta u zemlji.

Pitanja sadržana u anketi odnosila su se na ispitivanje pozicije govedeg mesa u odnosu na ostale vrste mesa, razloge i učestalost upotrebe u svakodnevnoj ishrani kao i vidove njegove kulinarske pripreme.

Kako se anketa jednim delom odnosi na ispitivanje stava potrošača prema različitim vrstama mesa, korišten je termin govede meso za ispitivanje njegove pozicije u odnosu na ostale vrste mesa. Obzirom da se kao kategorija najčešće sreće u maloprodaji, pitanja vezana za osobine kvaliteta i vidove upotrebe odnosila su se na juneće meso.

Podaci su analizirani prema polu, uzrastu i zanimanju ispitanika kako bi se izveo zaključak o njihovom uticaju na kriterijume za izbor.

Rezultati i diskusija

Radi bolje preglednosti i lakšeg prikazivanja rezultati su podeljeni u tri grupe.

Struktura ispitanika

Pregled strukture ispitanika prema uzrastu, polu, zanimanju i obrazovanju dat je u tabeli 1.

Tabela 1. Struktura ispitanika prema polu, uzrastu, zanimanju i obrazovanju
Table 1. Structure of polled participants according to sex, age, occupation and education

Zanimanje & obrazovanje/ Occupation & education	Učešće Ispitanika/ Share of polled participants		Pol/Sex, No.		Pol/Sex, %		Uzrast/Age, N			Uzrast/Age, %		
	N	%	Ž	M	Ž	M	do 30 god	30 - 65	>65	do 30 god	30-65	>65
<i>Domačice/ Housewives</i>	19	4	19	0	6,7	0,0	0	19	0	0	4	0
<i>Zanatlije/ Craftsmen</i>	62	13	45	17	16,0	8,7	14	48	0	3	10	0
<i>SSS/ High school education</i>	162	34	84	78	29,8	39,8	57	105	0	12	22	0
<i>FSS/ Faculty degree</i>	96	20	40	56	14,2	28,6	34	62	0	7	13	0
<i>Studenti/ Students</i>	72	15	46	26	16,3	13,3	72	0	0	15	0	0
<i>Penzioneri/ Retired</i>	67	14	48	19	17,0	9,7	0	0	67	0	0	14
Ukupno/Total	478	100	282	196	100	100	177	234	67	37	49	14

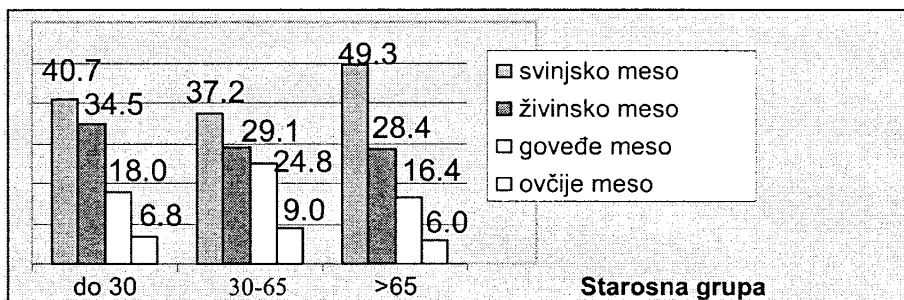
Pozicija govedeg u odnosu na ostale vrste mesa- razlozi i učestalost upotrebe

Na osnovu obrađenih podataka i izloženih rezultata ankete (Tab.2) može se zaključiti da govede meso najčešće konzumiraju osobe sa visokim obrazovanjem -29,2% i to više muškarci -33,9% nego žene -22,5% , a najmanje studenti ženskog pola -13,0% koji preferiraju meso živine -47,8%. Nasuprot tome, najveći potrošači svinjskog mesa su penzioneri i studenti muškog pola -68,4% i 53,8% kao i osobe ženskog pola sa SSS -44,0%. Ovcije meso nije ozbiljan konkurent govedem, izuzev u grupi zanatlija gde je učestalost konzumacije izjednačena na 23,5% kod muškog pola.

Tabela 2. Učestalost konzumacije različitih vrsta mesa prema zanimanju i polu ispitanika, %**Table 2. Consumption of different types of meat according to occupation and sex of polled participants, %**

Zanimanja/ Occupation:	Vrste mesa/Types of meat : <i>SVINJSKO/PORK</i>			ŽIVINSKO/POULTRY			<i>GOVEDE/BEEF</i>			<i>OVČIJE/MUTTON</i>		
	Ž/F	M/M	SUM	Ž/F	M/M	SUM	Ž/F	M/M	SUM	Ž/F	M/M	SUM
<i>Domačice/ Housewives</i>	42.1	0	42.1	31.6	0	31.6	21.1	0	21.1	5.3	0.0	5.3
<i>Zanatlije/ Craftsmen</i>	35.6	41.2	37.1	35.6	11.8	29.0	17.8	23.5	19.4	11.1	23.5	14.5
<i>SSS/ High school education</i>	44.0	39.7	42.0	33.3	25.6	29.6	17.9	25.6	21.6	4.8	9.0	6.8
<i>VSS/ Faculty degree</i>	32.5	30.4	31.3	37.5	28.6	32.3	22.5	33.9	29.2	7.5	7.1	7.3
<i>Studenti/ Students</i>	34.8	53.8	41.7	47.8	15.4	36.1	13.0	19.2	15.3	4.3	11.5	6.9
<i>Penzioneri/ Retired</i>	41.7	68.4	49.3	33.3	15.8	28.4	16.7	15.8	16.4	8.3	0.0	6.0
Prosečno	39,0	41,8	40,16	36,5	23,0	30,96	17,7	26,0	21,13	6,7	9,2	7,74

Rezultati ankete (Grafikon 1) pokazuju da govedinu najčešće konzumiraju osobe srednje starosne dobi- 25%, a najređe osobe starije od 65 godina-16,5%. Konzumacija govedine kod osoba do 30 godina umanjena je u korist veće potrošnje živinskog-34% a kod osoba preko 65 godina u korist svinjskog mesa-49% .

Grafikon 1. Učestalost konzumacije različitih vrsta mesa prema uzrastu ispitanika, %
Graph 1. Frequency of consumption of different types of meat according to age of polled participants, %

Na pitanje :« Šta Vas opredeljuje u izboru vrste mesa ? », oko 50% ispitanika na prvom mestu navelo je sopstvenu sklonost, oko 30% kvalitet, 13% cenu mesa a 9% preporuku lekara. Kada su podaci obrađeni prema vrsti mesa za koju su se ispitanici izjasnili da najčešće konzumiraju ustanovljeno je da u grupi onih koji koriste govedinu podjednaku ulogu imaju sklonost i kvalitet, oko 40%, zatim preporuka lekara 19% dok cena uopšte nije razlog za izbor. Sklonost je najčešći razlog za potrošače svinjetine a najređi za potrošače živinskog mesa koji kao i potrošači govedine i ovčetine biraju ove vrste mesa smatrajući ih kvalitetnijim u odnosu na druge. Cena mesa ima značajniju ulogu pri izboru živinskog i svinjskog mesa, a preporuka lekara utiče na izbor govedeg i mesa živine (Tab.3).

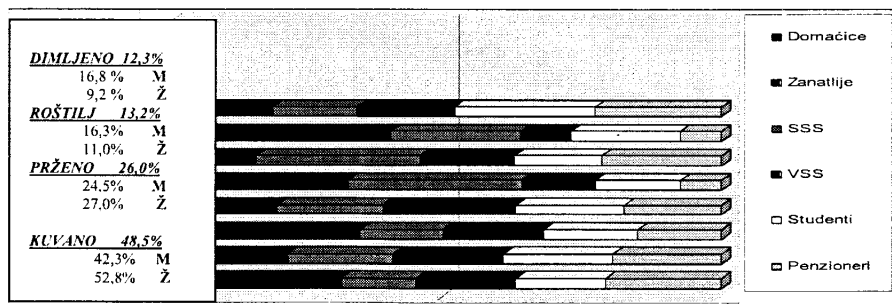
Tabela 3. Razlozi upotrebe pojedinih vrsta mesa
Table 3. Reasons for use of different types of meat

Vrste mesa/Types of meat : <i>SVINJSKO/PORK</i>				ŽIVINSKO/POULTRY			GOVEDE/BEEF			OVČIJE/MUTTON			
Razlozi/Reasons: % <i>Sklonost/Inclination</i>	Total	Ž/F	M/M	SUM	Ž/F	M/M	SUM	Ž/F	M/M	SUM	Ž/F	M/M	SUM
<i>Kvalite/Quality</i>	48,33	64,5	68,3	66,1	27,2	35,5	29,7	38,0	43,1	40,6	49,1	55,6	51,3
<i>Cena/Price</i>	29,70	19,1	17,1	18,3	34,9	31,1	33,8	42,0	39,2	40,6	46,5	38,9	43,2
<i>Zdravlje/Health</i>	12,76	16,4	14,6	15,6	21,3	20,0	20,9	00,0	00,0	00,0	00,0	00,0	00,0
	9,20	00,0	00,0	00,0	16,5	13,3	15,5	20,0	17,6	18,8	4,4	5,6	5,4

Sklonosti potrošača pri pripremi obroka od junećeg mesa

Grafikon 2. Učestalost različitih vidova pripreme junećeg mesa prema polu i zanimanju ispitanika, %

Graph 2. Frequency of different preparation methods of beef according to sex and occupation of polled participants, %



Kulinarsku obradu junećeg mesa skoro polovina ispitanika obavlja kuvanjem a zatim prženjem sa razlikom što ženski pol češće kuva dok pripadnici muškog pola preferiraju brže obroke u vidu dimljenog ili grilovanog junećeg mesa. Penzioneri i VSS među ženama a zanatlije među muškarcima najčešće kuvaju dok domaćice i VSS oba pola najčešće prže meso. Roštilj preferiraju SSS osobe dok domaćice, studenti i penzioneri muškog pola češće konzumiraju dimljeno meso (Grafikon 2).

Zaključak

Na osnovu prikaza i analize rezultata ispitivanja u vezi sa kriterijumima potrošača pri izboru junećeg mesa u maloprodaji, mogu se izvesti sledeći opšti zaključci:

- Goveđe meso se prema učestalosti konzumacije od 21%, nalazi na trećem mestu posle svinjskog-40% i živinskog -31% što odgovara strukturi potrošnje u zemljama sa malom ukupnom potrošnjom mesa (ispod 50 kg po stanovniku) u odnosu na zemlje sa potrošnjom preko 100 kg (SAD, Australija, Kanada i dr.) gde najveći udeo u strukturi potrošnje ima meso od goveda.
- Ispitanici se pri izboru vrste mesa najčešće povode sopstvenom sklonošću a najmanje zdravstvenim razlozima. Međutim, potrošačima govedine kvalitet i preporuka lekara su značajni činioci izbora dok cena ne igra bitnu ulogu.
- Kuvanje je prvi izbor pripreme junećeg mesa za oko 53% žena, dok grilovano i dimljeno meso češće konzumiraju pripadnici muškog pola i domaćice.

Criteria of consumers when purchasing beef in retail stores: *Position of beef compared to other meat types, reasons and frequency of its use in everyday nutrition and preparation methods*

DUŠICA OSTOJIĆ, V. BOGDANOVIĆ, M. M. PETROVIĆ, S. ALEKSIĆ, B. MIŠĆEVIĆ, V. PANTELIĆ

Summary

Information was collected by conducting poll of the town residents (N=478) in which their attitude towards the traits of beef quality, as well as their habits and inclinations in regard to the choice of category, retail cuts and giblets were analyzed. Also, the position of beef compared to other meat types was studied, reasons and frequency of meat consumption in every day nutrition and preparation methods. Data were further analyzed according to sex, age and occupation of participants in the poll in order to come to conclusion about their effect on the meat selection criteria.

Female consumers consume beef (17,7%) more than mutton (6,7%), and less than pork (39,0 %) and poultry meat (36,5%). Compared to them, male consumers consume more pork (41,8%), beef (26,0 %) and mutton (9,2 %) and less poultry meat (23,0 %). When choosing the category of beef, 67,7% of consumers selected young beef, 28,6% veal and only 3,7% beef. Approx. 50% of consumers declared that the first thing when selecting meat category is their inclination, followed by quality, price or recommendation by doctor. However, consumers with higher education, as well as female and younger consumers prefer meat with lower fat content. Visual impression when choosing young beef in retail stores is most important for average consumer. Approx. 43% of participants in the poll stated color of meat as decisive factor, red-pink color is desired. Second factor when choosing beef is presence of fatty tissue more appreciated by male and older consumers which find it more tasteful. Young beef is most often consumed once a week (60%), mainly cooked, in soups or stews, with special inclination of male consumers towards smoked beef. Consumers mainly buy breasts and ribs (40%), and rarely beef steaks (2,5%), in other words dishes containing beef with bones are most often prepared, as well as dishes containing mixed ground meat. The use of giblets is rare, especially among

female population, liver, hearts and beef stomach (so called »škembić«) and tongue are mainly used.

Key words: young beef and beef; quality; choice; consumer; poll

Literatura

ALEKSIĆ S., LAZAREVIĆ R., MIŠČEVIĆ B., PETROVIĆ M., JOSIPOVIĆ S. (1997) : Direction for the improvement of beef in FR Yugoslavia. Ist Yugoslav Congres on Animal Husbandry, International Contributions, Biotehnologija u stočarstvu, Belgrade, 8-10 October, p. 235-245.

MIŠČEVIĆ B., ALEKSIĆ S., LAZAREVIĆ R., PETROVIĆ M., JOSIPOVIĆ S., OSTOJIĆ D.

(2003): Beef quality improvement using new cattle genotypes , II Simposium of Livestock Production with International Participation, Ohrid, June 18.-21.2003., Book of Abstracts, p.7-8 .

PAVLOVSKI Z., ALEKSIĆ S., LUKIĆ M., MIŠČEVIĆ B., ŠKRBIĆ Z. (2003) : Rezultati ankete potrošača o potrošnji junećeg mesa i odnosa prema junećem mesu kao prehrambenom proizvodu. Biotehnologija u stočarstvu, 19, 1-2, 39-48.

PETROVIĆ M.M , BOGDANOVIĆ V., PETROVIĆ M.P., RUŽIĆ-MUSLIĆ D., OSTOJIĆ D.

(2002): Mogućnosti unapređenja stočarstva brdsko-planinskog područja Srbije, Biotehnologija u stočarstvu, vol 18(5-6), p.1-8.

RADOVANOVIĆ R. (1994) : Kvalitet mesa i proizvoda od mesa; Aktuelni pristupi, zahtevi i metode ispitivanja. Tehnologija mesa, 35, 1-2, 3

RICHARDSON N.J., MACFIE H.J.H., SHEPARD R. (1994) : Consumer Attitudes to Meat Eating. Meat Science 36, p. 57-65

STATISTIČKI GODIŠNJAK REPUBLIKE SRBIJE 2003, Zavod za statistiku Republike Srbije