

DOI 10.7251/VETJSR2201031J

UDK 637.5.05/.06:614.31

## Оригинални научни рад

### ДЕКЛАРИСАЊЕ МЕСА – МИШЉЕЊЕ И ПОВЕРЕЊЕ ПОТРОШАЧА

Јелена ЈАЊИЋ<sup>1\*</sup>, Милан Ж. БАЛТИЋ<sup>1</sup>, Мирјана ЛОВРЕНОВИЋ<sup>2</sup>,  
Славен ГРБИЋ<sup>3</sup>, Драго НЕДИЋ<sup>1</sup>, Споменка ЂУРИЋ<sup>1</sup>, Бранислав  
ВЕЈНОВИЋ<sup>1</sup>, Лазо ПЕНДОВСКИ<sup>4</sup>, Милорад МИРИЛОВИЋ<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Универзитет у Београду, Факултет ветеринарске медицине, Београд,  
Србија

<sup>2</sup> Инспекторат Републике Српске, Бања Лука, Босна и Херцеговина

<sup>3</sup> Паневропски универзитет Апеирон, Факултет здравствених наука, Бања  
Лука, Босна и Херцеговина

<sup>4</sup> Универзитет „Св. Кирил и Методиј” во Скопје, Факултет за ветеринарна  
медицина, Скопје, Република Северна Македонија

\*Коресподентни аутор: Јелена Јањић, jekonbg@gmail.com

#### Сажетак

Један од главних циљева мера безбедности хране је повећање поверења потрошача у храну уопште, а месо нарочито, те се стога потрошачу путем декларисања пружају информације о квалитету и безбедности меса. Поверење потрошача и безбедност хране постали су централно питање у ланцу исхране. Недавни развоји у области обележавања, следљивости и шема осигурања квалитета нуде широке токове информација доступних потрошачу. Декларисање је данас један од најпоузданијих начина информисања потрошача о квалитету хране. За потребе овог истраживања подаци су прикупљени анкетирањем 1.000 потрошача са подручја Бања Луке и Градишке. Резултати овог испитивања показују да највећи део потрошача (98,1%) сматра да месо треба да има декларацију и статистички најважнија ( $p < 0,05$ ) информација на декларацији јесте рок трајања (75,8% одговора) у односу на остале информације (хранљивост, начин производње, земља порекла). За потрошаче је, такође, значајан и начин паковања меса (45,3% одговора). Такође, утврђене су статистичке значајности разлика ( $p < 0,05$ ) у одговорима о поверењу у информације о безбедности/квалитету меса добијених на различите начине (месар, продавац, рођак, познаник, кулинар). Испитани потрошачи највише верују информацијама о безбедности/квалитету меса добијених од лекара/нутриционисте (53,1%), а најчешће неутралан однос имају према информацијама добијеним од

удружења за заштиту потрошача (41,9%). Није довољно разјашњено који тип информација потрошачи највише траже на декларацијама, нарочито када је питању месо и производи од меса, због чега је оправдано континуирано испитивање потрошача, укључујући социолошке и економске факторе, шта их мотивише да купују, које карактеристике квалитета захтевају и којим изворима информисања највише верују.

**Кључне речи:** безбедност и квалитет меса, обележавање меса, порекло информација.

### УВОД

Објективне информације у вези са прехранбним производима не гарантују поверење потрошача у исте. Један од главних циљева мера безбедности хране је повећање поверења потрошача у храну и смањење неизвесности, те се стога потрошачу пружају информације о квалитету и безбедности меса. Поверење потрошача и безбедност хране постали су централно питање у ланцу исхране (Grunert, 2005; Röhr и сар., 2005; Verbeke, 2005).

Као крајњи корисници у ланцу производње меса, потрошачи заузимају кључну позицију будући да се налазе на крају овог ланца, међутим са аспекта инспирације за организацију ланца вођену потрошачима или оријентације планирања тржишта, потрошачи се могу наћи на првом месту „ланца вођеног потрошачима и оријентације планирања тржишта“. Ова друга позиција чини потражњу потрошача за безбедном и здравом храном уопште, и месом посебно, највећом покретачком снагом за увођење различитих информационих система као што су брендирање, следљивост и шеме осигурања квалитета (Gellynck и Verbeke, 2001).

У контексту система исхране, поверење је уско повезано са ризиком. Интересантна је повезаност између поверења и ризика јер поверење не препознаје присуство ризика. У случају поверења, ризик се не примећује. Истовремено, количина поверења у храну може се дефинисати као супротна количини ризика од хране (Grunert, 2005). Штавише, однос између ризика у храни и поверења је обрнуто пропорционалан јер ће људи који имају већи ниво поверења у систем исхране бити мање забринути за ризике и обрнуто (Knight и Varland, 2005). Дихотомија између поверења и ризика је повезана са пружањем информација, јер се поверење може схватити као индивидуални и субјективни одговор на објективни и прилично апстрактни појам ризика (Berg, 2004). На тај начин комуникацијске стратегије морају узети у обзир трансформацију објективног ризика у субјективни одговор у смислу поверења.

Недавни развоји у области обележавања, следљивости и шема осигурања квалитета нуде широке токове информација доступних потрошачу. У погледу перцепције потрошача, међутим, то није тако једноставно. Објективна информација се не рефлектује аутоматски у перцепцији, јер ово последње не зависи само од количине објављених информација, већ и од емоционалног садржаја поруке (Rosa и сар., 2006). Објективни садржај поруке ће различито доживљавати различити потрошачки сегменти (Bernués и сар., 2003; Frewer и сар., 2005; Miles и Frewer, 2001; Verbeke и Vackier, 2004). Такође, постоји реална потенцијална опасност од преоптерећења потрошача информацијама. Повећане количине информација, на пример на етикети производа, могу преоптеретити етикету или паковање и отежати издвајање дате и жељене количине информација, или једноставно довести до тога да појединци који немају времена или способности да обрађују информације то игноришу, а самим тим произвођачима опада зарада због смањене заинтересованости за производ (Salaün и Flores, 2001). Такође, дата информација може изазвати досаду и нестрпљење, као и губитак самопоуздања код потрошача због неразумевања ознака на декларацији производа.

Означавање хране је све важнији пут за достављање порука потрошачима о безбедности и исправности хране. Дуго се, међутим, сматрало да није толико битно оно што потрошачи желе и да ли адекватно разумеју и користе информације дате на декларацији. Показало се да и потрошачи често погрешно разумеју или погрешно тумаче информације, нпр. оне које се односе на квалитет или порекло, што доводи до формирања очекивања оног квалитета који можда неће бити потврђен стварним перформансама производа након потрошње (Grunert, 2005).

Декларисање је данас један од најпоузданијих начина информисања потрошача о квалитету хране. До пре нешто више од десет година нису ни постојали посебни прописи о декларисању хране, већ је декларисање било саставни део прописа о квалитету појединих врста хране, нпр. Правилник о квалитету производа од меса (Пропис, 1974). На просторима Републике Српске законски оквир којим се дефинише декларисање хране дат је кроз Закон о храни (Пропис, 2017) и Правилник о пружању информација потрошачима о храни (Пропис, 2018). Циљ ових прописа је да се заштити здравље потрошача, да потрошач на основу података из декларације изврши избор хране коју жели, затим дефинисање правила којима би се спречила техничка препрека у промету хране и да се применом ових прописа управља ризиком у случају опасности о штетном деловању хране на здравље потрошача. За информације о упакованим прехранбеним производима

одговоран је субјекат у пословању храном под чијим се називом, односно пословним именом храна ставља у промет, а за информације о неупакованој храни одговоран је субјекат у пословању храном који пакује храну на месту продаје крајњем потрошачу. Текст декларације за храну треба да садржи следеће податке: назив под којим се храна ставља на тржиште, списак састојака, количину одређених састојака или категорије састојака, нето количину, рок трајања, услове складиштења или услове употребе, назив и адресу субјекта у пословању храном под чијим се називом, односно пословним именом, месо и производи од меса стављају у промет, земљу порекла, упутство за употребу ако се може очекивати да храна не би могла бити исправно припремљена и употребљена без таквог упутства и податке о храњивој вредности који треба да садрже енергетску вредност и количину масти, засићених масних киселина, угљених хидрата, протеина и соли. Законом о храни дефинисани су општи услови за безбедност хране и хране за животиње, обавезе и одговорности субјеката у пословању храном и храном за животиње, укључујући и традиционалне производе, као и друга питања од значаја за безбедност хране и хране за животиње, ради заштите живота и здравља људи, животне средине, потрошача и ефикасност функционисања на тржишту.

Циљ рада био је да се провери да ли поједине информације на декларацији успевају да створе додатно поверење код потрошача у безбедност и исправност меса.

## МАТЕРИЈАЛИ И МЕТОДЕ

За потребе овог истраживања, као средство којим ће се испитивати ставови потрошача о квалитету и безбедности меса коришћен је квантитативни упитник.

Анкета је реализована у току 2017. и 2018. године, а анкетом је обухваћено становништво са подручја града Бање Луке и Градишке (урбана средина). Подаци су прикупљани све до момента док није прикупљено 1.000 валидно попуњених образаца анкете, што значи да анкете које нису биле попуњене, односно где нису дати одговори на поједина питања, нису узимане у поступак обраде података.

Демографски подаци о учесницима односе се на: старост, образовање и пол. Учесници анкете били су различите старости од 20 до преко 60 година, на основу чега су подељени у пет група (интервали од десет година). У односу на образовање, најбројнија група у истраживању били су они са средњим образовањем (53,10%), затим испитаници са високим образовањем (38,9%) и

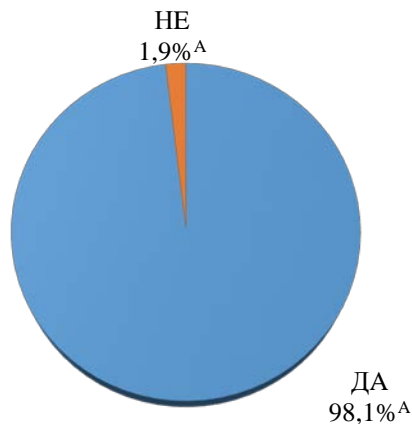
групе са најнижим образовањем. Испитаници су били 45,80% жена и 54,25% мушкараца.

Хи-квадрат тест коришћен је за поређење учесталости непараметријских обележја. Анализом тренда и степеном детерминације приказани су степени слагања испитаника на одређену тврдњу.

Значајност разлика утврђена је на нивоима значајности од 5%. Статистичка анализа добијених резултата урађена је у статистичком пакету PrismaPad 8.00 (GraphPad Software, San Diego, California USA, [www.graphpad.com](http://www.graphpad.com)). Добијени резултати приказани су табеларно и графички.

### РЕЗУЛТАТИ И ДИСКУСИЈА

О квалитету меса потрошачи се информишу на различите начине. Један од њих је декларација на производу. Данас се у већини земаља ради на заштити потрошача, па су и њихова права и законски заштићена. Њихова права штите и државне организације за заштиту потрошача, па и невладине непрофитабилне организације (друштва). У Републици Српској декларисање хране је обавезно и највећи део потрошача је упознат са тим. О томе говори податак да 98,1% анкетираних потрошача сматра да месо треба да има декларацију на основу које би се стекле одређене информације о њему (Слика 1).



Легенда: Исто слово <sup>А</sup> –  $p < 0,05$ .

**Слика 1** Декларација на месо – „Мислим да би месо које купујем требало да има декларацију са информацијама о њему“ (n=1000)

На питање које се односи на квалитет и безбедност меса које купују, 56,3% испитаника сматра да декларација даје информације о квалитету и безбедности меса које купују, што је статистички значајно веће ( $p < 0,05$ ) од учесталости одговора да такве информације не могу да добију на декларацији (11,5% одговора). Близу једне трећине испитаника није сигурна да декларација даје информације о квалитету и безбедности меса које купују. Статистичка значајност разлика између три понуђена одговора приказана је у Табели 1. Ово може да се објасни лошим искуством потрошача са декларисањем и стварним квалитетом хране.

**Табела 1** Шта за испитанике представљају информације на декларацији ( $n=1000$ )

Да ли Вам те информације говоре о квалитету и безбедности меса које купујете?	Одговор (%)
Да	56,3 <sup>A,B</sup>
Не	11,5 <sup>A,C</sup>
Нисам сигуран/на	32,2 <sup>B,C</sup>

Легенда: Исто слово <sup>A,B,C</sup> –  $p < 0,05$ .

Према подацима које даје EFSA (2019), за Европску Унију и Србију порекло хране је важно за 53% анкетираних у ЕУ, а 41% анкетираних у Србији. У Србији је далеко важнија цена хране (61% одговора) него у ЕУ (51% одговора). Приближно једнака је важност безбедности хране везане за ризике конзумирања хране испитаника у ЕУ (50%) и Србији (52%), као што је приближно једнака и важност укуса хране при куповини (ЕУ 49%, Србија 52% испитаника). За анкетиране у ЕУ хранљиви састојци хране (витамини, протеини, шећер, масти) далеко су значајнији (44% испитаника) него у Србији (31% испитаника). Такође, за учеснике у анкети из ЕУ етички ставови и уверења (вера, добробит животиња, заштита животне средине) су при куповини хране важнији (19% испитаника) него у Србији (10% испитаника) (Балтић и сар., 2015).

За потрошача је најважнија информација о месу она која се односи на рок трајања (75,8% одговора) и она је статистички значајно већа ( $p < 0,05$ ) од осталих информација (хранљивост, начин производње, земља порекла). Од испитаника њих 30,3% сматра значајним начин производње, што се, кад је у питању свеже месо, односи на хигијену у току клања, обраде трупа, хлађење и расецање меса. Потрошачи придају значај и земљи поријекла меса (за 23,4% испитаника је ово значајно). Из овог одговора не може се стећи сазнање да ли потрошач више верује домаћим прозвођачима него месу које је увезено из неке друге земље. Једна петина (20,5%) потрошача сматра да

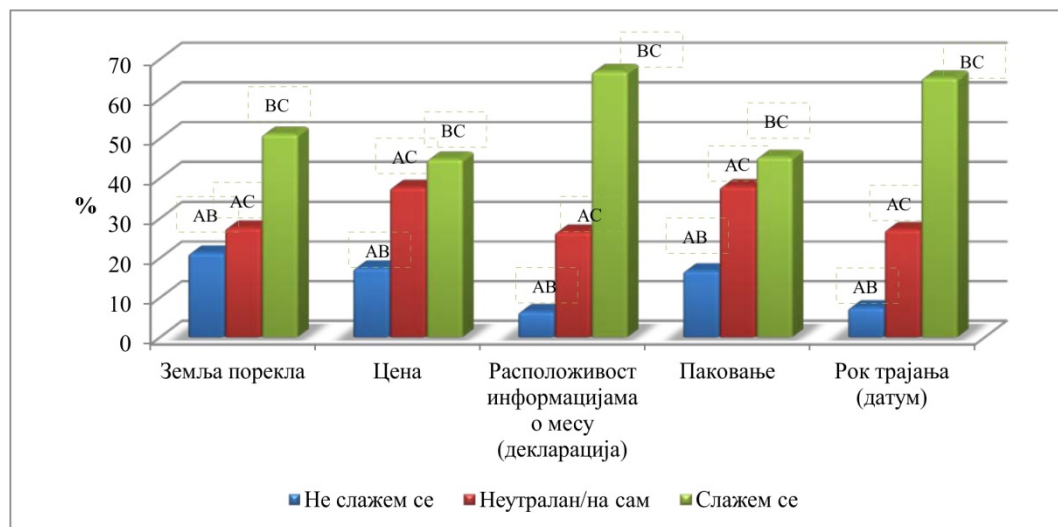
би декларација требала да садржи податке о хранљивој вредности меса, јер је то за њих важна информација. Статистички значајна разлика ( $p < 0,05$ ) утврђена је између одговора „Начин производње“ и одговора које се односе на „Хранљивост“, односно „Земљу порекла“ (Табела 2). Једна петина (20,5%) потрошача сматра да би декларација требала да садржи податке о хранљивој вредности меса, јер је то за њих важна информација (Табела 2). Између сва три понуђена одговора о вези између безбедности/квалитета меса и земље порекла утврђена је статистички значајна разлика ( $p < 0,05$ ). Статистички значајна разлика ( $p < 0,05$ ) утврђена је и између везе безбедност/квалитет меса и цене, затим осталих расположивих информација, рока трајања и начина паковања.

**Табела 2** Најважнија информација на декларацији ( $n=1000$ )

Најважнија информација на декларацији по мом мишљењу је:	Одговор (%)
Хранљивост	20,5 <sup>A,B</sup>
Начин производње	30,3 <sup>A,C,D</sup>
Земља порекла	23,4 <sup>C,E</sup>
Рок трајања	75,8 <sup>B,D,E</sup>

Легенда: Иста слова <sup>A,B,C,D,E</sup> –  $p < 0,05$ ; Укупан збир је већи од 100% због могућности давања више од једног одговора на постављено питање.

О безбедности и квалитету меса потрошачи се информишу и на основу информација на паковању (декларација). Декларација садржи податак о земљи порекла, цену и друге податке о месу који могу да буду од значаја за информисаност потрошача о безбедности/квалитету меса. За потрошаче је, такође, значајан и начин паковања меса (45,3% одговора). Значајан део испитаника, односно преко једне половине (51,1%) сматра, односно даје значај пореклу меса, неутралан став има 26,7%, а преко једне петине (21,3%) сматра да за безбедност/квалитет меса земља порекла није значајна. Између сва три понуђена одговора о вези између безбедности/квалитета меса и земље порекла утврђена је статистички значајна разлика ( $p < 0,05$ ). Статистички значајна разлика утврђена је и између везе безбедност/квалитет меса и цене, затим осталих расположивих информација, рока трајања и начина паковања. Статистички значајна разлика ( $p < 0,05$ ) утврђена је између степена слагања одговора „Начин производње“ и одговора које се односе на „Хранљивост“, односно „Земљу порекла“ (Слика 2). Да су информације које упућују на квалитет/безбедност меса важне потрошачу говори податак да је степен слагања са наведеним информацијама од 44,8% (цена) до 66,9% (расположивост информацијама).

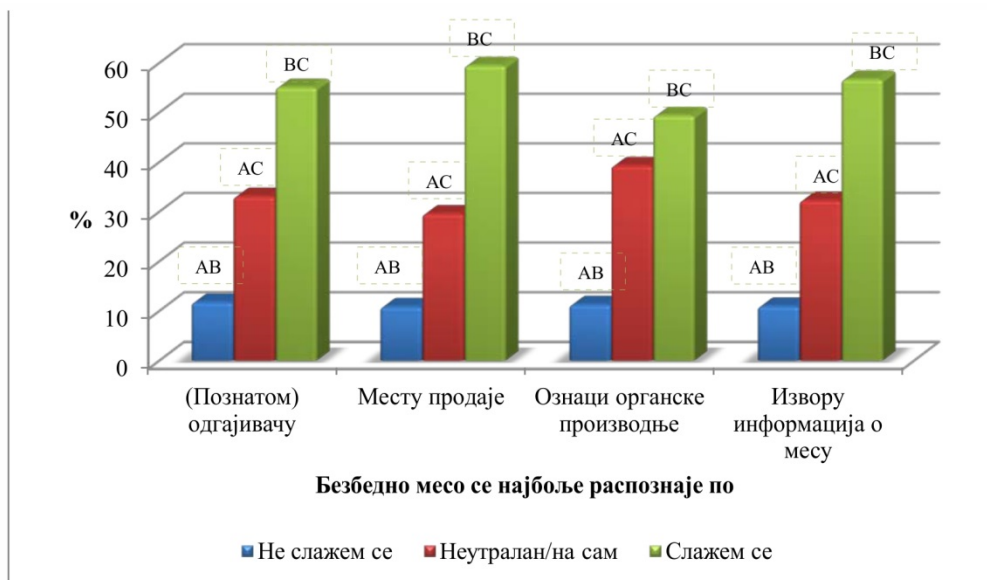


Легенда: Иста слова <sup>A,B,C</sup> –  $p < 0,05$ ; поређени су степени слагања.

**Слика 2** Које информације смарате важним за распознавање безбедности/квалитета меса?

Поред личног искуства и знања која се односе на опредељење приликом куповине меса, као и на основу увида у декларацију и сазнање из текста декларације, потрошачи се о квалитету меса информишу и из других извора. Тако потрошачи у већини случајева безбедност/квалитет меса препознају ако имају податке о одгајивачу, ако те податке добију на месту продаје, ознаци органске производње и извора информација о месу. Између свих понуђених степена слагања утврђена је статистички значајна разлика ( $p < 0,05$ ) између учесталости одговора (Слика 3).

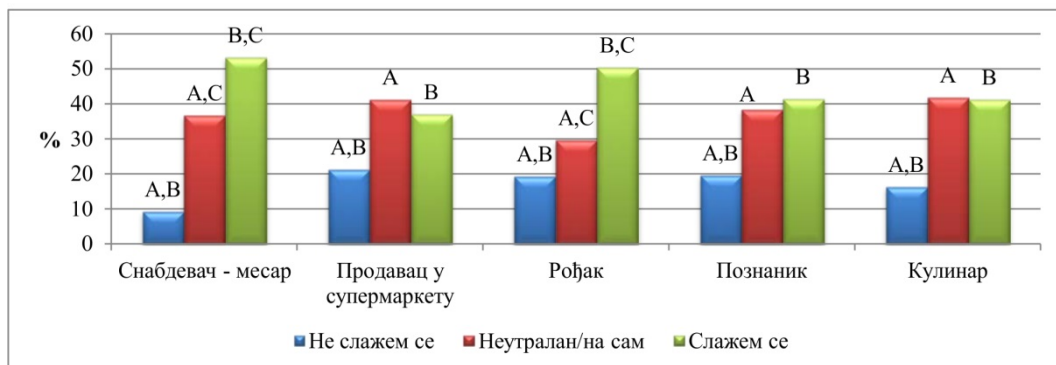




Легенда: Иста слова <sup>A,B,C</sup> –  $p < 0,05$ ; поређени су степени слагања.

**Слика 3** Распознавање безбедности/квалитета меса на основу различитих параметара

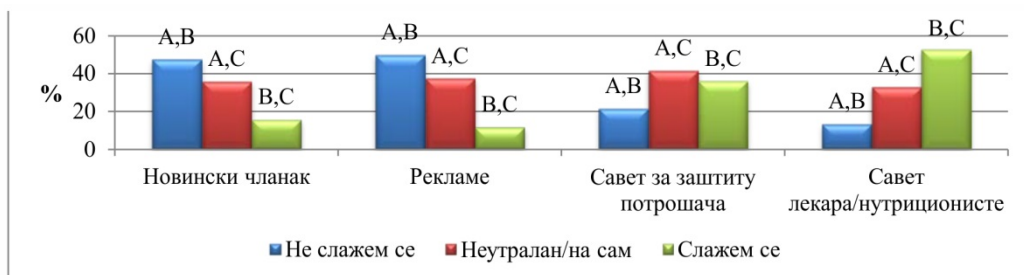
О квалитету/безбедности меса потрошачи се информишу од снабдевача месом, рођака, познаника, кулинера (Слика 4). Мање поверења о особинама меса имају када потичу од продавца у супермаркету, него када о особинама меса добију информацију у месарама. Очигледно је да потрошачи имају више могућности да комуницирају са продавцем у месарама него у супермаркетима. Половина испитаника (50,2%) има поверење у информације добијене од рођака, 41,6% од познаника, 41,4% од савета кулинера. Статистичке значајности разлика о поверењу у инфомације о безбедности/квалитету меса (месар, продавац, рођак, познаник, кулинар) приказане су Сликом 4. У свим случајевима поређења статистички значајно мањи ( $p < 0,05$ ) је увек одговор „Не слажем се“.



Легенда: Иста слова <sup>A,B,C</sup> –  $p < 0,05$ ; поређени су степени слагања.

**Слика 4** Највише поверења у порекло информације о квалитету/безбедности меса имате?

Потрошачи се данас о безбедности/квалитету хране информишу и из других извора (средствима јавног информисања, удружења за заштиту потрошача, савет лекара/нутриционисте). Према учесталости одговора „Не слажем се“ потрошачи имају најмање поверења о информацијама које се односе на безбедност/квалитет меса које добијају из реклама (50,2% испитаника), а затим из новинских чланака (47,8% испитаника). Потрошачи највише верују информацијама о безбедности/квалитету меса добијених од лекара/нутриционисте (53,1%), а најчешће неутралан однос имају према информацијама добијеним од удружења за заштиту потрошача (41,9%) (Слика 5). Статистичка значајност разлика између понуђених одговора о поверењу потрошача у информације из средстава јавног информисања, удружења за заштиту потрошача и савета лекара/нутрициониста приказани су Сликаом 5.



Легенда: Иста слова <sup>A,B,C</sup> –  $p < 0,05$ ; поређени су степени слагања.

**Слика 5** Порекло информације о квалитету и безбедности меса - медији, јавно информисање

У Европској Унији (ЕУ 28) према анкети EFSA (2019) потрошачи највише поверења имају у следеће изворе дате по опадајућем низу: научници (82% одговора) > организације потрошача (79%) > пољопривредници (69%) > државне институције (60%) > институције ЕУ (58%) > невладине организације (56%) > новинари (50%) > супермаркети и ресторани (43%) > прехранбена индустрија (36%) > славне личности и особе од утицаја (19%). Овај низ за Србију има нешто другачији редослед: научници (81% одговора) > пољопривредници (70%) > организације потрошача (68%) > државне институције (56%) > прехранбена индустрија (55%) > супермаркети и ресторани (51%) > институције ЕУ (49%) > невладине организације (40%) > новинари (36%) > славне личности и особе од утицаја (32%) (Балтић и сар., 2015).

Потрошачи јасно разликују информационе ознаке у погледу важности и корисности и изгледају много спремније да користе ознаке квалитета претраге него ознаке квалитета веродостојности када доносе одлуке о куповини меса. Овај налаз је у складу са претходним студијама које су објавиле да су потрошачи отворенији за коришћење лако разумљивих и познатих ознака квалитета (Grunert, 2005; Gellynck и сар., 2006). Специфичне информације о следљивости су ниско рангиране у смислу опажене важности и корисности (Hobbs и сар., 2005).

### ЗАКЉУЧАК

Поверење потрошача може се изградити путем осигурања производа и учесника у систему хране. Осигурање производа путем декларација на амбалажи хране које информишу о особинама хране, земљи или региону порекла и следљивост хране је важан скуп опипљивих знакова и извора информација којима потрошачи верују када процењују безбедност и квалитет хране у време куповине. Међутим, нашим испитивањем није довољно разјашњено који тип информација потрошачи највише траже на декларацијама, нарочито када је питању месо и производи од меса, због чега је оправдано континуирано испитивање потрошача, укључујући социолошке и економске факторе, шта их мотивише да купују, које карактеристике квалитета захтевају и којим изворима информисања највише верују.

Будућа истраживања би се могла фокусирати на спремност песимиста да плате за системе следљивости или додатне информације о следљивости, које су проширене информацијама о процесу производње и на прецизнију карактеризацију овог тржишног сегмента (нпр. место куповине, тренутак потрошње меса).

## Захвалница

Ову студију подржало је Министарство просвете, науке и технолошког развоја Републике Србије, у складу са одредбама Уговора о финансирању истраживања 2021. године (бр. 451-03-68/2022-14/200143).

Изјава о сукобу интереса: Аутори изјављују да не постоји сукоб интереса.

## ЛИТЕРАТУРА

- Балтић М. З., Глишић М., Јањић Ј., Марковић Р., Бошковић М., Докмановић М., Ђорђевић Ј. (2015): Значај информисања потрошача при избору намирница. *Ветеринарски Журнал Републике Српске*, 15(1).
- Berg L. (2004): Trust in food in the age of mad cow disease: a comparative study of consumers' evaluation of food safety in Belgium, Britain and Norway. *Appetite*, 42(1):21-32.
- Bernués A., Olaizola A., Corcoran K. (2003): Labelling information demanded by European consumers and relationships with purchasing motives, quality and safety of meat. *Meat science*, 65(3):1095-1106.
- EFSA. (2019): Scientific opinion on the public health hazard to be covered by inspection of meat (swine), European Food Safety Authority, EFSA Journal, 9(10):198.
- Frewer L., Fischer A., Scholderer J., Verbeke W. (2005): Food safety and consumer behaviour. In Innovation in agri-food systems, product quality and consumer acceptance. Wageningen Academic Publishers, 125-145.
- Gellynck X., Verbeke W. (2001): Consumer perception of traceability in the meat chain. *German Journal of Agricultural Economics*, 50(670-2016-45573):368-374.
- Gellynck X., Verbeke W., Vermeire B. (2006): Pathways to increase consumer trust in meat as a safe and wholesome food. *Meat Science*, 74(1):161-171.
- Grunert K. G. (2005): Food quality and safety: consumer perception and demand. *European review of agricultural economics*, 32(3):369-391.
- Hobbs J. E., Bailey D., Dickinson D. L., Haghiri M. (2005): Traceability in the Canadian red meat sector: do consumers care? *Canadian Journal of Agricultural Economics/Revue canadienne d'agroeconomie*, 53(1):47-65.
- Knight A. J., Warland R. (2005): Determinants of food safety risks: A multi - disciplinary approach. *Rural Sociology*, 70(2):253-275.
- Miles S., Frewer L. J. (2001): Investigating specific concerns about different food hazards. *Food quality and preference*, 12(1):47-61.
- Пропис, (2017): Закон о храни. Службени гласник Републике Српске, 19/17.
- Пропис, (1974): Правилник о квалитету производа од меса. Службени лист СФРЈ, 29/74.

- Пропис, (2018): Правилник о пружању информација потрошачима о храни. Службени гласник Републике Српске, 9/18.
- Röhr A., Lüddecke K., Drusch S., Müller M. J., Alvensleben R. V. (2005): Food quality and safety-consumer perception and public health concern. *Food control*, 16(8):649-655.
- Rosa F., Sanchez M., Barrena R. (2006): Confidence in consumer–retailer relations and quality label as a compensation of the inefficiency of beef meat markets: a compared analysis among Canada, Italy and Spain. In 99th European Seminar of the EAAE on ‘Trust and risk in business networks, Proceedings, 235-250.
- Salaün Y., Flores K. (2001): Information quality: meeting the needs of the consumer. *International journal of information management*, 21(1):21-37.
- Verbeke W. (2005): Agriculture and the food industry in the information age. *European review of agricultural economics*, 32(3):347-368.
- Verbeke W., Vackier I. (2004): Profile and effects of consumer involvement in fresh meat. *Meat science*, 67(1):159-168.

Рад примљен: 11.05.2022.  
Рад прихваћен: 25.07.2022.